

T MA^{TR}

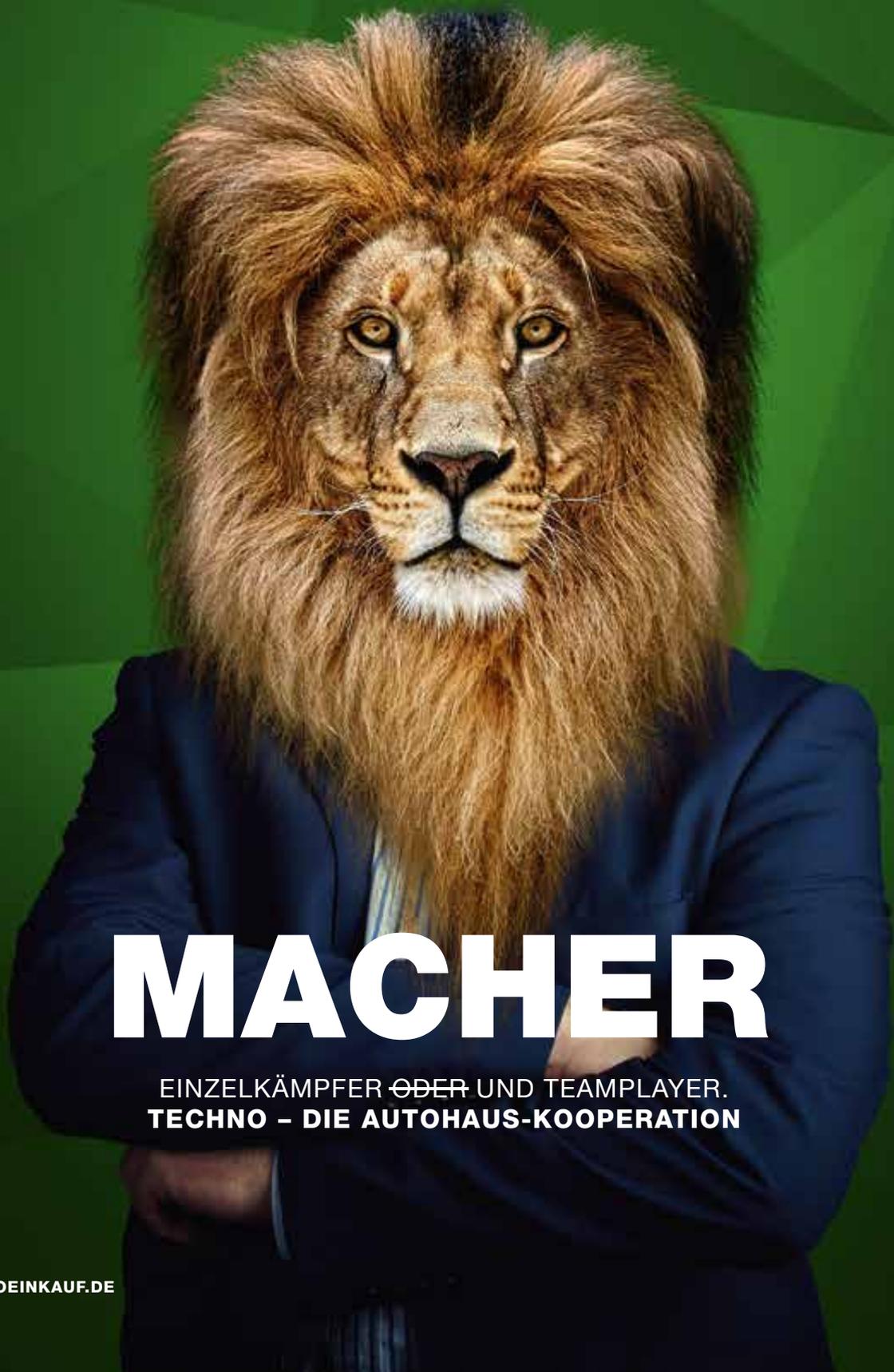
DAS TECHNO MAGAZIN

11 2019

RELOADED:
AUTOTEILE PLUS SERVICE ERFINDET SICH NEU

NEU IM TECHNO MAGAZIN: IMPULS –
DIE KOLUMNE VON DR. WESSNER

DOPPELSPITZE:
NEUE DOPPELSPITZE BEI JÜRGENS



MACHER

EINZELKÄMPFER ODER UND TEAMPLAYER.
TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

Für TECHNO-
Gesellschafter
zum Sonderpreis!

11./12. November 2019

AUTOHAUS ZUKUNFT 2025

Leonardo-Hotel und Allianz-Arena, München

Information und Anmeldung unter www.autohaus.de/Techno-Zukunft

2./3. Dezember 2019

AUTOHAUS/DEKRA GEBRAUCHTWAGEN-KONGRESS

Radisson Blu Hotel, Hannover

Information und Anmeldung unter www.autohaus.de/Techno-GWK

12. Dezember 2019

AUTOHAUS PERSONALKONGRESS

Hotel Schloss Montabaur, Montabaur

Information und Anmeldung unter www.autohaus.de/Techno-Personal

Weitere Veranstaltungen auf: www.autohaus.de/akademie



AUF EIN WORT

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Zeit von Einzelkämpfern ist vorbei. Heute wird es immer wichtiger, frühzeitig nach relevanten Partnern zu suchen und das eigene Geschäft zu öffnen. Nichtsdestotrotz: Der unbedingte Wille des »Einzelkämpfers«, Vorteile für das eigene Unternehmen zu sichern, ist eine Eigenschaft, die man sich bewahren sollte. Auch – oder gerade – in der Kooperation.

Entscheidend für den gemeinsamen Erfolg sind die handelnden Personen, die sich mit großem Engagement immer wieder aktiv ins Geschehen einbringen. Mit Ideen, Lösungen oder auch kritischem Blick. Gerade innerhalb von Netzwerken wirkt sich dies positiv auf alle anderen aus. Der Grund: Ihr Einsatz sorgt für Bewegung im System und lässt klassische Synergien entstehen. Wie ein Stein, der ins Wasser geworfen wird.

Welche Synergieeffekte Netzwerke freisetzen können, welche Chancen und Erfolgsaussichten sie den Akteuren, aktiv und inaktiv, bieten, sind zentrale Themen der TECHNO Magazinreihe 2019. Zum Auftakt widmeten wir uns in der ersten Ausgabe daher dem Schwerpunkt »Netzwerk als Impulsgeber«. In der zweiten geht es nun um die Macher hinter und in Netzwerken, ihren Antrieb und ihre Fähigkeit, das große Ganze zu erkennen. Dazu wurde auch ein Blick ins TECHNO Netzwerk geworfen und mit den dortigen Machern gesprochen, die durch ihr Engagement entscheidenden Einfluss auf Strategien, Leistungen und Pläne der Autohaus-Kooperation nehmen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Georg Wallus

Dietmar Scheck

PROBLEM LÖSUNG

AUS WELCHEM HOLZ MACHER GESCHNITZT SIND, WARUM SIE UNS NACHHALTIG MOTIVIEREN UND WIESO DAS PROBIEREN DAS STUDIEREN SCHLÄGT

» 40



HÄTTE, KÖNNTE, SOLLTE, WÜRDE, MÜSSTE. **MACHEN.**

Warum abseits bekannter Wege nach neuen Lösungen gesucht wird und was gesunder Aktionismus damit zu tun hat

» 42

MACHER DES NETZWERKS

Warum fürs Netzwerk engagieren? Wir haben mit Vertretern unterschiedlicher TECHNO Gremien gesprochen, sie nach ihrer persönlichen Motivation gefragt und sie um ihre Meinung gebeten

» 44

WEITER. MACHEN!

Im Gespräch mit Georg Wallus und Dietmar Scheck, den Geschäftsführern von TECHNO

» 49

GESELLSCHAFTER

ERFOLGE FEIERN, ZUKUNFT ERFAHREN

Auto-Scholz begeht 125-jähriges Firmenjubiläum & 115 Jahre Daimler-Vertrag

» 06

NEUER STANDORT FÜR NORDHESSEN

Glinicke eröffnet Jaguar- und Land-Rover-Filiale in Kassel

» 07

TRAUMHAFTES JUBILÄUM

100 Jahre Hahn-Gruppe

» 08

DIE BESTEN DER BESTEN

Autohaus Sorg erhält bei Focus-Money die Auszeichnung »Höchste Reputation«

» 09

WILLKOMMEN BEIM BESTEN TEAM

Autohaus-Gruppe Spindler feiert 100. Geburtstag

» 10

ENGAGEMENT, ENTWICKLUNG UND ERFOLG SEIT 1919

100 Jahre Auto Thüllen

» 11

ERWEITERTE DOPPELSPITZE

Führungsmannschaft bei Jürgens GmbH Brandenburg mit neuer Besetzung

» 12

PRAXIS

IMPULS

Zusammenarbeit mit Plattformen: Fluch oder Segen für den Automobilhandel?

» 50

TECHNO THEMENTAG

Bauen auf »die Zukunft im stationären Handel«

» 52

RÄDER, REIFEN UND 40 GRAD

Voller Erfolg: T»EXPO SPEZIAL in Bad Windsheim

» 55

TERMINE

TERMINE 2019/2020

Diese Tage sollten Sie im Kalender markieren

» 55

LEISTUNGEN & PRODUKTE

GIBT ROST KEINE CHANCE

Spezialschmierstoffe und Korrosionsschutz von Elaskon

» 14

BEREIT FÜR EREIGNISSE DER SUPERLATIVE

Besico Tribüne – die Eventlocation am Sachsenring

» 15

RELOADED

Autoteile Plus Service erfindet sich ein Stück weit neu

» 16

WENN REIFEN, DANN GUNDLACH.

Der professionelle Systemprovider für Pneus aller Kategorien

» 20

EFFEKTIV. SICHER. GEPRÜFT.

Stop&Go Marderabwehr jetzt mit GTÜ-Prüfsiegel

» 21

MAKRA ERHÄLT DEN PARTSLIFE UMWELTPREIS 2019

Preisgekrönte Handreinigung ohne Mikroplastik

» 22

STARKE LEISTUNG. STARKER PREIS!

Der neue ESA+TECAR SUPERGRIP PRO Winterreifen

» 24

GEMEINSAM BODEN GUT MACHEN

Heni: mit Mikrobiologie gegen Bodenverschmutzung

» 26

GEMEINSAM FÜRS EIGENE GESCHÄFT.

Das Konzept OT REGIO mit erweitertem Sortiment, verstärktem Austausch und überzeugten Nutzern

» 28

DIE TRANSFORMATION DER MÄRKTE...

Richtige Positionierung von Autohaus-Gruppen gegenüber IAM-Riesen

» 29

MIT VIEL ERFOLG FORTGESETZT

OT REGIO HH+SH/Nord-Ost im Interview

» 30

SAUBERE ÖLE SPAREN KOSTEN UND ZEIT.

Die innovative Shell PurePlus Technology

» 34

DIE APP FÜR ALLE FÄLLE

Hüsges revolutioniert Sachverständigen-Gutachten

» 36

VON GRÖSSTEM NUTZEN

Neue Division für Nutzfahrzeuge bei KS Tools

» 38

» 54



» 50



» 34



» 07



Fürs Archiv? Für Kollegen? Das TECHNO MAGAZIN in digitaler Form finden Sie hier.



ERFOLGE FEIERN, ZUKUNFT ERFAHREN

AUTO-SCHOLZ BEGEHT 125-JÄHRIGES FIRMENJUBILÄUM & 115 JAHRE DAIMLER-VERTRAG

»Zukunft erfahren«, das bedeutet für Auto-Scholz seit 125 Jahren mit Engagement und Persönlichkeit die eigenen Umstände in Chancen zu verwandeln – ein Pioniergeist, dank dessen der weltweit zweitälteste Mercedes-Benz-Vertreter seit Jahrzehnten zu den größten und erfolgreichsten Automobilhandelsgruppen Deutschlands zählt.

Lediglich 10 Jahre sollte es dauern, bis Hermann Scholz nach Gründung der eigenen Werkstatt den vielleicht wichtigsten Meilenstein seiner Unternehmensgeschichte legte: Als einer der ersten Vertreter weltweit geht er 1904 einen Automobil-Liefervertrag mit Carl Benz ein. Auch die Zerstörung des Betriebs im Zweiten Weltkrieg sollte diesem Pioniergeist keinen Abbruch tun: Mit Hilfe treuer Mitarbeiter bauten die Erben Eidenmüller 1946 in Bamberg den »Auto-Scholz« als bescheidenen Reparaturdienstleister wieder auf und schufen bereits nach wenigen Jahren die erneute Expansion und Modernisierung des Unternehmens zu einem der größten Automobilhändler der fränkischen Region.

Heute, rund 60 Jahre später, ist die Auto-Scholz Unternehmensgruppe als wirtschaftliche Größe in den Regionen Franken und Thüringen nicht mehr wegzudenken: An insgesamt 15 Standorten arbeiten rund 1.300 Mitarbeiter, die Geschäftsführer Michael Eidenmüller auch in den nächsten Jahrzehnten mit weitreichender Förderung des Nachwuchses auszubilden gedenkt: »Unsere qualifizierten Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital. Da liegt es nahe, die künftigen Mitarbeiter über

eine professionelle Nachwuchsarbeit im eigenen Unternehmen zu entwickeln.« Der erste Platz im »Best of«-Wettbewerb des Smart Service, Gewinner des Kundenspiegels in Franken oder bundesweiter Sieger im »Best of Service 24h« und viele weitere Service-Preise geben ihm Recht – sich auf den Lorbeeren auszuruhen kommt für den fränkischen Unternehmer gerade deshalb auch in Zukunft nicht in Frage: »Weitere spannende und zukunftssträchtige Projekte sind in Planung und unterstreichen unseren Anspruch und unser Engagement als weltweit zweitältester Mercedes-Benz Partner.«

Wir gratulieren unserem TECHNO Gesellschafter und allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen herzlich zum Firmenjubiläum.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Auto-Scholz GmbH & Co. KG

- Standorte » 15 Standorte in Bamberg, Bayreuth, Forchheim, Pegnitz, Kulmbach, Höchstadt/Aisch, Jena, Gera, Altenburg, Eisenberg, Schmöln
- Marken » Mercedes-Benz, Smart, Porsche und Volkswagen
- Mitarbeiterzahl » 1.300

» auto-scholz.de



NEUER STANDORT FÜR NORDHESSEN

GLINICKE ERÖFFNET JAGUAR- UND LAND-ROVER-FILIALE IN KASSEL

14 Monate nach dem ersten Spatenstich eröffnet Glinicke einen weiteren Standort für Jaguar und Land Rover in Kassel – und setzt mit Glinicke British Cars neue Maßstäbe in Sachen moderne Verkaufsfläche.

In dem rund 2.300 Quadratmeter großen Neubau mit 1.100 Quadratmetern Ausstellungsraum werden die englischen Premium-Marken vom Kasseler Traditionsunternehmen nun im neuen Corporate Design der Briten inszeniert. Als erste Autohaus-Gruppe in Deutschland hat Glinicke damit die Umgestaltung der Automarken-Präsentation an allen Standorten umgesetzt. 30 Mitarbeiter und vier Azubis sorgen an dem zentral gelegenen Standort für die umfassende Beratung der Kunden – und die Einhaltung der selbstgestellten Premium-Ansprüche.

Neben der modernen, edlen Präsentation der Fahrzeuge wurde beim Neubau von Glinicke British Cars unter anderem großer Wert auf den Aufbau eines spezialisierten Werkstattbereiches mit elf Pkw-Arbeitsplätzen und hochmoderner Werkstatt- und Diagnosetechnik gelegt. Zusätzlich wurden zwei Aufbereitungsplätze und eine hausinterne Waschanlage gebaut sowie mehrere Elektro-Ladesäulen für Kundenfahrzeuge installiert, um auch das Elektrofahrzeug-Programm von Land Rover und Jeep stärker in den Fokus zu rücken. »Mit dem Neubau haben wir die seit 2005 währende Jaguar- und Land-Rover-Präsenz in Kassel und der Region noch einmal kräftig ausgebaut. Jaguar und Land Rover entwickeln sich sehr dynamisch und wir tragen mit der Investition der Nachfrage nach den Fahrzeugen

beider Marken Rechnung. Der Neubau wird uns in allen Bereichen noch einmal beflügeln und auch unseren Kunden und Interessenten sicher viel Spaß machen«, erklärt Carsten Bachmann, Gesamtvertriebsleiter bei Glinicke.

Die Neueröffnung von Glinicke British Cars auf dem 14.000-Quadratmeter-Gelände ist aber erst der Anfang eines größeren Plans. Alfa Romeo und Jeep, zwei weitere Glinicke-Marken, werden ebenfalls an die Leipziger Straße ziehen. Die beiden Standorte werden dann gezielt verbunden, um optimalen Service und bestmögliches Markenerlebnis gewährleisten zu können.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Glinicke Automobilgruppe

- Standorte » 26 Autohäuser in Hessen, Thüringen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen
- Marken » Jaguar, Land Rover, Jeep, Alfa Romeo, Audi, Seat, Cupra, Fiat Professional, Hyundai, Peugeot, Porsche, Škoda, Volkswagen und Volkswagen Nutzfahrzeuge
- Mitarbeiterzahl » 1.500

» glinicke.de



TRAUMHAFTES JUBILÄUM

100 JAHRE HAHN GRUPPE

Als einer der größten Automobilhändler Deutschlands schreibt die Hahn Gruppe eine Erfolgsgeschichte, die im Jahr 1919 mit einem Traum beginnt, dem auch 100 Jahre später noch Flügel wachsen.

Die Geschichte der Hahn Gruppe ist eine von Ehrgeiz und Träumen, von Machern und Anpackern, von kleinen Anfängen und großen Happy Ends. Und wie so oft beginnt sie mit einem, der weiss, was er will: Eigentlich Chauffeur und Mechaniker der Baronin von Reitzenstein, fasst Ernst Hahn 1919 den Entschluss, alles auf eine Karte, die eigene Kfz-Werkstatt, zu setzen. Dass diese heute, genau ein Jahrhundert später, eine der erfolgreichsten Automobilhandelspartner Deutschlands ist und sich bereits in vierter Generation in Familienbesitz befindet, hätte sich wahrscheinlich nicht einmal der optimistische Gründer erträumt – ebensowenig wie die dazu stattfindenden Feierlichkeiten.

Der offizielle Festakt am 2. Juli 2019 läutete das Jubiläum dort ein, wo alles begann: in der Villa Reitzenstein, die heute das Staatsministerium und den Amtssitz des Ministerpräsidenten von Baden-Württemberg beherbergt. Zahlreiche hochrangige Wirtschaftsvertreter aus ganz Deutschland ehrten hier die Hahn Gruppe als unverzichtbare Größe in der Metropolregion Stuttgart und feierten sie für ihr weitreichendes Engagement.

Doch Hahn wäre nicht Hahn, wenn dem Ganzen nicht wenige Tage später noch ein Fest für die rund 2.000 Mitarbeiter und deren Familien gefolgt wäre: Von atemberaubenden Showacts auf der Zirkusbühne über SUV-Testfahren und Physikanten-Show für die ganze Familie bis hin zu Carrera-Bahn, Kinderfahrschule, Hüpfburg und Autobemalen für die Kleinen – Steffen Hahn hat der großen »Hahn-Familie« ein abwechslungsreiches Fest mit vielen Attraktionen geboten. »Mit unserem »Hahn Familienfest« habe ich mich bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Hahn Gruppe für ihre Treue und ihre Loyalität bedankt. In den vielen Gesprächen wurde wieder einmal deutlich, welch großes Potential durch unsere einzigartigen Mitarbeiter in der Hahn Gruppe steckt. Jetzt steuern wir gemeinsam und mit voller Kraft in die Zukunft«, so der geschäftsführende Gesellschafter in seiner emotionalen Jubiläumsrede. Mit den Abschlussworten des Inhabers stiegen 4.000 Hahn-Luftballons in den Stuttgarter Abendhimmel.



Wir gratulieren unserem TECHNO Gesellschafter und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich zum Firmenjubiläum.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Hahn Gruppe

Standorte	» 36 Standorte in der Metropolregion Stuttgart
Marken	» Volkswagen, Volkswagen Nutzfahrzeuge, Audi, Porsche, Škoda und Seat
Mitarbeiterzahl	» ca. 2.000 – davon rund 300 Auszubildende

» hahn-gruppe.de

 **Hahn
Automobile**

**SORG
GRUPPE**
seit 1928

DIE BESTEN DER BESTEN

AUTOHAUS SORG ERHÄLT BEI FOCUS-MONEY DIE AUSZEICHNUNG »HÖCHSTE REPUTATION«

In einer Ära, in der nicht selten negative Bewertungen die Meinungsmache im Internet anführen, hat die Sorg Gruppe im großen Deutschlandtest von FOCUS-MONEY die Auszeichnung »Höchste Reputation« erhalten – und damit den besten Ruf bei Kunden und Verbrauchern in der Kategorie »Autohaus«.

Wer sich fragt, wie man es in Zeiten verschiedenster Rating- und Vergleichsplattformen schafft, als Dienstleister nicht nur gut, sondern hervorragend dazustehen, der sollte bei der Sorg Gruppe auf die Spurensuche gehen. In einer groß angelegten Onlinestudie im Auftrag von Deutschland-Test und dem Wirtschaftsmagazin FOCUS-MONEY hat das Familienunternehmen aus Fulda die Auszeichnung »Höchste Reputation« erhalten. Das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) hat dafür fünf Themenfelder untersucht, die für das Ansehen eines Unternehmens entscheidend sind: Performance in Sachen Management, Nachhaltigkeit, Service, Arbeitgebertum und Wirtschaftlichkeit.

Erfasst und ausgewertet wurden knapp 18 Millionen Nennungen zu den 5.000 größten Firmen Deutschlands aus mehr als 140 Branchen. Am Ende konnten sich gut 1.300 Unternehmen von der Konkurrenz absetzen. Die Datenerhebung erfolgte durch ein zweistufiges System: Im ersten Schritt wurden sämtliche Texte aus dem Internet geladen, die die vorgegebenen Suchbegriffe enthielten, und in einer Datenbank erfasst. Im zweiten Schritt wurden die relevanten Textfragmente untersucht, etwa auf Thematik und Tonalität. Erfasst wurden insgesamt 17,6 Millionen Nennungen der untersuchten Unternehmen zwischen März 2018 und Februar 2019.

Anhand der Reichweite sowie der positiven und negativen Nennungen, z. B. eines Automobilhändlers im Internet, wurde die Punktzahl ermittelt. Die Auszeichnung »Höchste Reputation« wurde anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben. Das Prädikat erhielten nur diejenigen Unternehmen, die in der Gesamtwertung in ihrer Branche mindestens 67 Punkte erreichen konnten. Bei der Sorg Gruppe fiel es höchstmöglich aus: 100 von 100 Punkten.

»Wir sind natürlich auch selbst ein wenig überrascht. Wer rechnet schon mit einem so phänomenalen Ergebnis«, resümierte Dr. Klaus Sorg, Geschäftsführer des seit 1928 bestehenden Ford-Vertragspartners. »Es ist großartig, die Bestätigung zu bekommen, dass unser Service bei unseren Kunden genauso ankommt, wie wir uns das wünschen. Schließlich ist Kundenzufriedenheit unser höchstes Ziel.«

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Autohaus E. Sorg GmbH

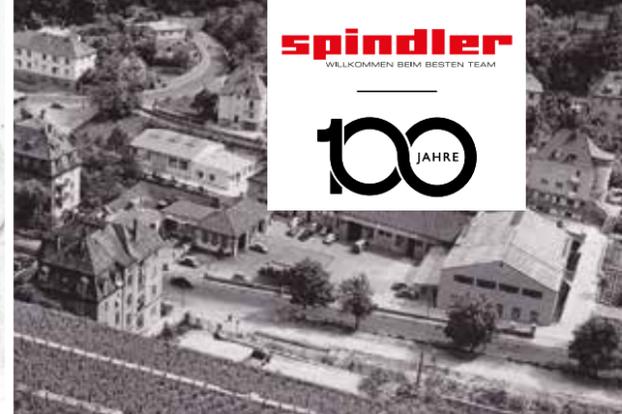
Standorte	» 5 Standorte in Fulda, Schlüchtern, Lauterbach, Hünfeld, Bad Salzungen
Marken	» Ford, Jaguar, Land Rover
Mitarbeiterzahl	» 230

TECHNO gratuliert herzlich zu der sehr verdienten Auszeichnung!

» sorg-gruppe.de



GESELLSCHAFTER



ThÜLLEN 100 JAHRE 1919-2019



ENGAGEMENT, ENTWICKLUNG UND ERFOLG SEIT 1919

EINE LANGE FIRMENGESCHICHTE IN KÜRZE: 100 JAHRE AUTO THÜLLEN

Als Franz Thülen im Jahre 1919 mit der Gründung eines Transportunternehmens den Grundstein für die Firma Thülen legte, war noch nicht abzusehen, dass das der Beginn einer 100-jährigen Erfolgsgeschichte sein würde. Über drei Generationen hinweg hat sich das familiengeführte Unternehmen behauptet, weiterentwickelt und zählt heute zu den großen Autohändlern in Deutschland.

Vom kleinen Transportbetrieb bis zur heutigen Firmengruppe mit drei renommierten Kfz-Markenvertretungen und neun Standorten von der Voreifel bis zum Niederrhein: Die Firmengeschichte von Thülen unterlag all den Veränderungen und Umbrüchen, die die politischen, wirtschaftlichen und technischen Entwicklungen eines Jahrhunderts mit sich brachten. Dadurch bedingt verlief die Firmenentwicklung nicht immer gradlinig und nicht immer ohne Einschnitte. Ausschlaggebend für den unternehmerischen Erfolg, so Thülen, waren (und werden immer sein) Leistungsbereitschaft, der Wille zur Verbesserung, eine gute Portion Realitätssinn und das Vertrauen in die eigene Leistungsfähigkeit.

Das rheinländische Unternehmen hat sich auf die Fahnen geschrieben, nicht allein durch attraktive Ausstellungsräume, moderne Werkstätten sowie hochaktuelle Diagnose- und Wartungssysteme zu überzeugen, sondern durch die Mit-

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Auto Thülen Aachen GmbH & Co. KG

- Standorte » 9 Standorte in Aachen, Baesweiler, Düren, Jülich, Kempen, Moers, Krefeld und Krefeld-Bockum
- Marken » Opel, Peugeot und Hyundai
- Mitarbeiterzahl » 250

arbeiter, die die Marke im Autohaus präsentieren und sich tagtäglich durch ihre Arbeit für das Unternehmen engagieren. Gegenseitiges Vertrauen und Zusammenarbeit, unabhängig von Positionen, ist neben der zielgerichteten Aus- und Weiterbildung Schwerpunkt der Personalpolitik bei Thülen. Dazu gehört auch eine Kultur, Fehler nicht zu vertuschen, sondern zu beheben und aus ihnen zu lernen. So wird das über Jahrzehnte gewachsene Vertrauen in die Marke nachhaltig erhalten und gestärkt.

Wir gratulieren unserem TECHNO Gesellschafter und allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen herzlich zum Firmenjubiläum.

» thuellen.de



Jürgen Keller, Geschäftsführer Hyundai Motor Deutschland GmbH (L) und Esko Thülen



Opel Deutschland-Chef Ulrich Selzer (L) und Esko Thülen, Geschäftsführer der Thülen-Gruppe



Grüßwort von Steffen Raschig, Geschäftsführer Peugeot Deutschland GmbH

WILLKOMMEN BEIM BESTEN TEAM

AUTOHAUS-GRUPPE SPINDLER FEIERT 100. GEBURTSTAG

Emotion, Kompetenz, Gemeinschaft: So lauten die drei Kernkompetenzen der Autohaus-Gruppe Spindler. 2013 wurde das neue Leitbild etabliert – als klare Platzierung auf dem Automobilmarkt und als Spiegel der Gründungswerte. 1919 legte Fritz Spindler in Würzburg den Grundstein für die heute bekannte Autohausmarke und die lange und erfolgreiche Unternehmensgeschichte.

Dass diese nach 1945 weitergeschrieben werden konnte, ist einer Zufallsbegegnung zu verdanken. Zu der Zeit betrieb Familie Spindler die einzige Tankstelle in Würzburg und wurde damit zum Anlaufpunkt eines Außendienstmitarbeiters des Volkswagenwerkes. Auf das erste Gespräch folgten weitere und schließlich 1947 die Vertragsunterzeichnung. Spindler wurde VW-Partner. Schnell wurde das Autohaus größer und weitere Marken ins Geschäft integriert: 1950 Porsche und 1970 Audi. 2008 folgt mit Škoda die nächste Marke.

Heute ist Spindler eine der größten Automobilhandels-gesellschaften in Mainfranken, agiert an über elf Standorten und sorgt für die optimale Beratung von Privatkunden, Großkunden und Behörden. Immer im Mittelpunkt dabei: die

Leidenschaft für Autos, Emotion, Kompetenz und Gemeinschaft. Die Philosophie der Begeisterung fürs Automobil und des vertrauensvollen Verkaufs wird mittlerweile in der vierten Generation der Familie gelebt. Jeannine Krenn, Tochter der Inhaberin Monika Spindler-Krenn, stieg 2018 in die Leitung des Unternehmens mit ein.

Wir gratulieren unserem TECHNO Gesellschafter und allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen herzlich zum Firmenjubiläum.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Autohaus-Gruppe Spindler

- Standorte » 11 in Würzburg, Estenfeld, Kitzingen, Kreuzwertheim, Neuhaus
- Marken » VW, VW Nutzfahrzeuge, Škoda, Porsche, Audi
- Mitarbeiterzahl » über 700

» spindler-gruppe.de

ERWEITERTE DOPPELSPITZE

FÜHRUNGSMANNSCHAFT BEI JÜRGENS GMBH
BRANDENBURG MIT NEUER BESETZUNG

Die Mercedes-Jürgens-Gruppe beruft Peter Jurisch als zweiten Geschäftsführer in die Jürgens GmbH Brandenburg.

Da bewegt sich was: Anfang Juli hat die Jürgens GmbH Brandenburg Peter Jurisch, bekannt für seine langjährige Erfahrung im Bereich Sales und Autohausmanagement, in die Geschäftsführung erhoben. Er wird neben Frank Döhring (Vorsitzendem) die gesamte Verantwortung für den Vertrieb von Neu- und Gebrauchtfahrzeugen der Sparten Pkw, Transporter und Lkw sowie für das Servicegeschäft übernehmen und somit den Fokus auf weiteres gesundes Wachstum der fünf Standorte in den neuen Bundesländern legen. Bei seinen Aufgaben unterstützen ihn Nils Straube als Teamleiter Verkauf Transporter sowie Wolfram Vogt als langjährig tätiger Serviceleiter.

Die Jürgens-Gruppe mit Hauptsitz in Hagen ist bereits in dritter Generation in Familienbesitz und begeht in diesem Jahr mit den Inhabern, Jürgen Jürgens und Dr. Claudia Fular-Jürgens, ihr 100-jähriges Firmenjubiläum. Insgesamt erzielt die Unternehmensgruppe ein Umsatzvolumen von über 500 Millionen Euro. Damit zählt der TECHNO Gesellschafter zu den größten Mercedes-Benz-Vertretern Deutschlands.



ZAHLEN, DATEN, FAKTEN: Autohaus-Gruppe Jürgens GmbH

Standorte	» 18 Standorte in Nordrhein-Westfalen, Hessen, Rheinland-Pfalz und in Brandenburg
Marken	» Mercedes-Benz, smart, AMG, FUSO
Mitarbeiterzahl	» 1.100

» autohaus-juergens.de **JÜRGENS**

Bei uns zählen auch
INNERE WERTE



Mit ausreichend Kupfer bestückt sorgen wir für einwandfreien Kontakt.

KUK-MARDERABWEHR.de



S VERKEHRS
RECHTS
PARTNER

» VERKEHRSRECHTSPARTNER.DE

POWERED BY TECHNO

IN JEDEM FALL: IN BESTEN HÄNDEN.

Ihr unabhängiges Experten-Netzwerk für Verkehrsrecht.

- + bundesweite Kooperation von spezialisierten Verkehrsrechtsanwälten
- + unkomplizierte, effiziente Abwicklung aller Schadensarten (Haftpflicht, Kasko, Glas)
- + schnell, unbürokratisch und kostengünstig
- + digitale Schadenakte der CAR SERVICE PORTAL GmbH

GIBT ROST KEINE CHANCE

SPEZIALSCHMIERSTOFFE UND KORROSIONSSCHUTZ VON ELASKON

Auf deutschen Straßen werden jährlich ca. 1,6 Millionen Tonnen Salz verteilt. Was ein Muss für die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmer im Winter ist, schadet auf Dauer der Karosserie – insbesondere dem Unterboden. Führt die Reise dann noch durch eine der zahlreichen Baustellen auf der Autobahn, kann der dort häufig auftretende Steinschlag den Unterboden zusätzlich schädigen.



Unterboden nach der Konservierung

Schnelle Abhilfe bringen **ELASKON UBS Eco** und **ELASKON Haftgrund**. Mit Hilfe der Produkte des Experten für Spezialschmierstoffe können Autohäuser und Werkstätten Kunden schnell, hochwertig und gründlich weiterhelfen –

und das Fahrzeug optimal geschützt wieder auf die Straße schicken. Zur vollen Kundenzufriedenheit, denn die Konser-

vierung dient dem Werterhalt des Fahrzeuges, verlängert die Lebensdauer, erhöht den Wiederverkaufswert und hilft dabei, korrosionsbedingte Ausfälle und Reparaturen zu vermeiden. Alles dokumentiert im Pflegepass. So hat der Kunde einen schriftlichen Nachweis beim Verkauf.

Übrigens: Die Produkte von **ELASKON** sind nicht nur sprühnebelarm, sondern auch umweltfreundlich und als lösemittelreduzierte, als lösemittelfreie und als wasserbasierte Variante erhältlich.

Ob Pkw, Lkw, Winterdienst-, Flughafen-, Kommunal- oder Landtechnik – **ELASKON** hat für alle Anforderungen die passenden Produkte parat.

» elaskon.de



BEREIT FÜR EREIGNISSE DER SUPERLATIVE

BESICO TRIBÜNE – DIE EVENTLOCATION AM SACHSENRING



An der traditionellen sächsischen Rennstrecke bei Hohenstein-Ernstthal ist eine Event-Location entstanden, die ihresgleichen sucht: die **besico Tribüne**. Die erste und einzige Massivtribüne des traditionsreichen Ford-Vertragshändlers **besico** bietet Platz für etwa 4.000 Gäste, verfügt über ausreichend Stellplätze und besitzt im Inneren der Tribünenanlage den perfekten Ort für Veranstaltungen.

Mehrere ausgebaute Zwischendecks mit großen Räumen, Logen in Wunschgröße, eine voll einsatzbereite Bar, moderne Sanitäreinrichtungen und großflächige Catering-Areale ermöglichen Messen, Konzerte, Sport- und Firmenevents oder Privatveranstaltungen vor außergewöhnlicher Kulisse. Hier wurde das perfekte Ambiente mit flexiblen Gestaltungsmöglichkeiten und viel Freiraum für individuelle Kundenwünsche geschaffen – für ein außergewöhnliches Erlebnis, einen Tag voller Erinnerungen am legendären Sachsenring.

BESICO TRIBÜNE AUF EINEN BLICK

- » Einzelne Bereiche oder Freiflächen oder das Gesamtpaket »besico Tribüne« buchbar
- » Party-Location für jeden Anlass
- » Ausreichend Parkplätze direkt an der Tribüne
- » Firmenwerbung an einem der bekanntesten Gebäude der Region
- » Erste Adresse für den jährlichen MotoGP, das Rennen der schnellsten Motorradpiloten
- » Open-Air-Konzerte für Emotionen und Gänsehaut

Kunden- oder Mitarbeiterveranstaltung? Warm-up oder After Show? Gebrandete Lounge oder **besico Bar**? Die **besico Tribüne** bietet die perfekte Location.

» besico.de/events





NEU

ELASKON Haftgrund & ELASKON Unterbodenschutz ECO

DAS Korrosionsschutz-System für Neu- und Gebrauchtfahrzeuge

- umweltfreundlich - wasserbasiert - perfekt aufeinander abgestimmt

ELASKON Haftgrund

Naturbasierendes Öl für den Untergrund für neue und gebrauchte Fahrzeuge



ELASKON UBS ECO

Umweltfreundlicher, überlackierbarer und schnell trocknender Unterbodenschutz, kein Sprühnebel, geruchsarm



ELASKON Sachsen GmbH & Co. KG
 Lohmannstr. 10 - 01237 Dresden / Germany
 Tel.: +49 (0)351 28575-0 - Fax: +49 (0)351 28575-61



AUTOTEILE PLUS SERVICE RELOADED

AUTOTEILE PLUS SERVICE
ERFINDET SICH
EIN STÜCK WEIT NEU



DIE WICHTIGSTEN NEUERUNGEN BEI AUTOTEILE PLUS SERVICE AUF EINEN BLICK

- » Mehrere Standorte mit verschiedenen Marken werden in einem bestimmten Radius als Area-Onlineshop zusammen abgebildet.
- » »Weiße Flecken« zwischen den einzelnen Standorten werden abgedeckt, die Suche der Kunden bei Google verbessert und die Conversion-Rate gesteigert.
- » Technische Erweiterungen in den Shops vereinfachen den Pflege- und Betreuungsaufwand und erhöhen die Flexibilität der TECHNO Gesellschafter.
- » Neue Individualisierungsmöglichkeiten für Ihren Auftritt

Wandel, Refresh, Facelift, Restrukturierung, Relaunch, Umgestaltung ... es gibt viele Begriffe, die umschreiben, dass man etwas ändern möchte. Sie alle haben gemein, dass sie im Grunde die Art Veränderung beschreiben, mit der man sich an die Anforderungen der wandelnden Zeit anpasst.

Eine solche Veränderung gibt es in diesem Jahr auch bei **AUTOTEILE PLUS SERVICE**. Nach zwei Jahren Erfahrungssammeln mit den lokalen Shops und anderthalb Jahren mit dem nationalen Shop wurden Daten analysiert, Tests gefahren und Ableitungen getroffen. Schnell war klar: Ähnlich wie bei einem Facelift am Fahrzeug müssen bestimmte Punkte nach einer gewissen Laufzeit angepasst werden, um neuen Ansprüchen gerecht zu werden.

*»Die Zeit verwandelt uns nicht,
sie entfaltet uns nur.«*

Max Frisch, Schriftsteller

AUTOTEILE PLUS SERVICE dient **TECHNO** Gesellschaftern von Anfang an als digitale Plattform und Onlineshop-Lösung, um verlorene Kunden wieder zurückzuholen oder neue Kunden erstmals ins Autohaus zu führen – so war es bisher und so wird es auch bleiben. Allerdings mit neuen Features, technischen Erweiterungen, optimierter Usability und mehr Sichtbarkeit.

Die wohl größte Herausforderung – neben dem natürlich immer bestehenden Ziel des Erfolgs für die Teilnehmer – ist vor allem Google. Die Suchmaschine stellt heute die Regeln auf und wer auf diese nicht eingeht, hat quasi schon verloren. Dabei spielt der Anspruch des Endkunden, des Users, eine wesentliche Rolle, genauso wie die sogenannte Usability und eine intuitive Customer Journey.

**»LOKAL GOES AREA«: BESSERE VERNETZUNG,
GESTEIGERTE CONVERSION-RATE**

Eine der größten Veränderungen wird es daher beim Thema lokale Gesellschafter-Shops geben. Man konzentriert sich bei **AUTOTEILE PLUS SERVICE** nun nicht mehr nur auf eine

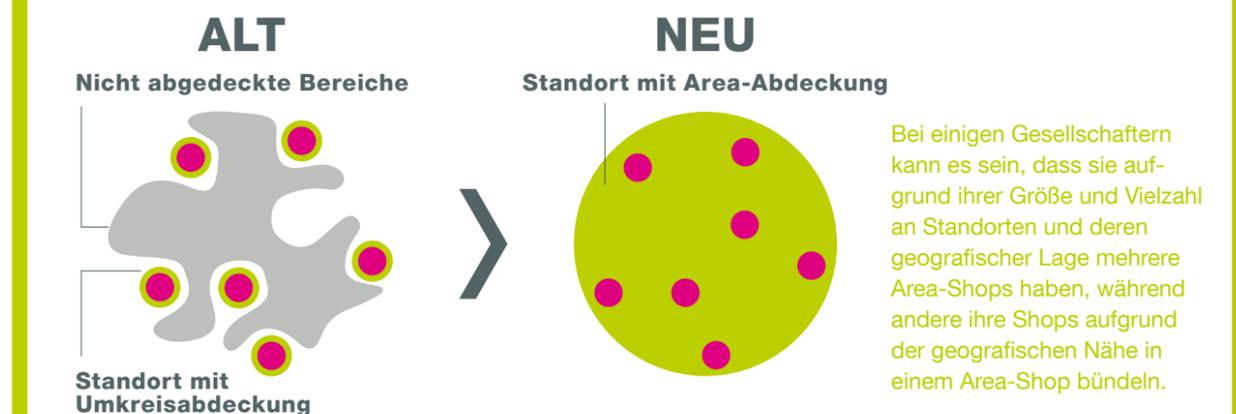
reine Marken-Standort-Struktur – bei der zum Teil Gesellschafter durch mehrere Marken an einem Standort auch mehrere Shops hatten –, sondern auf eine neue »Area-Struktur«. Im Gegensatz zur bisherigen Struktur, bei der lokale Gesellschafter-Shops als reine Marken-Standort-Shops in Erscheinung traten, bietet die neue Struktur die Möglichkeit, dass mehrere Standorte mit verschiedenen Marken in einem gewissen Radius zusammen in einem Area-Onlineshop abgebildet werden. Haben Sie als Gesellschafter also fünf Standorte, die alle etwa eine Fahrtstunde bzw. ca. 50 km* auseinanderliegen, würden diese in einem Area-Onlineshop zusammen dargestellt werden. Die Area-Seite ist dabei eine Übersichtsseite Ihrer lokalen Standorte, bei der jeder lokale Standort-Shop seine Einzigartigkeit und Wertigkeit bei Google beibehält. Der Endverbraucher hat somit die Möglichkeit, den für ihn naheliegendsten Standort auszuwählen.

Sucht der Kunde beispielsweise nach seiner Stadt und Marke, wird er bei einem Treffer in den entsprechenden Area-Onlineshop weitergeleitet und kann sich dort über die Serviceangebote und das Sortiment des Gesellschafters informieren, das Autohaus kontaktieren, eine Reservierung tätigen oder ein Produkt aus dem Online-Sortiment erwerben. Der Vorteil dieser Struktur ist, dass auch die »weißen Flecken« zwischen den einzelnen Standorten abgedeckt werden können und der Kunde mehr Flexibilität erhält, da ihm nicht nur ein Standort und eine Marke angeboten werden, sondern er alle relevanten Adressen und Marken in seinem Umfeld zur Verfügung gestellt bekommt.

Gleichzeitig wird die Auffindbarkeit bei Google verbessert, denn für die Suchmaschine ist es wichtig, dass ein User, der eine Anfrage stellt, auch eine entsprechende Antwort auf seine Frage bekommt – und das nicht nur markengebunden.

*Je nach geografischer Lage.

DIE NEUE AREA-STRUKTUR



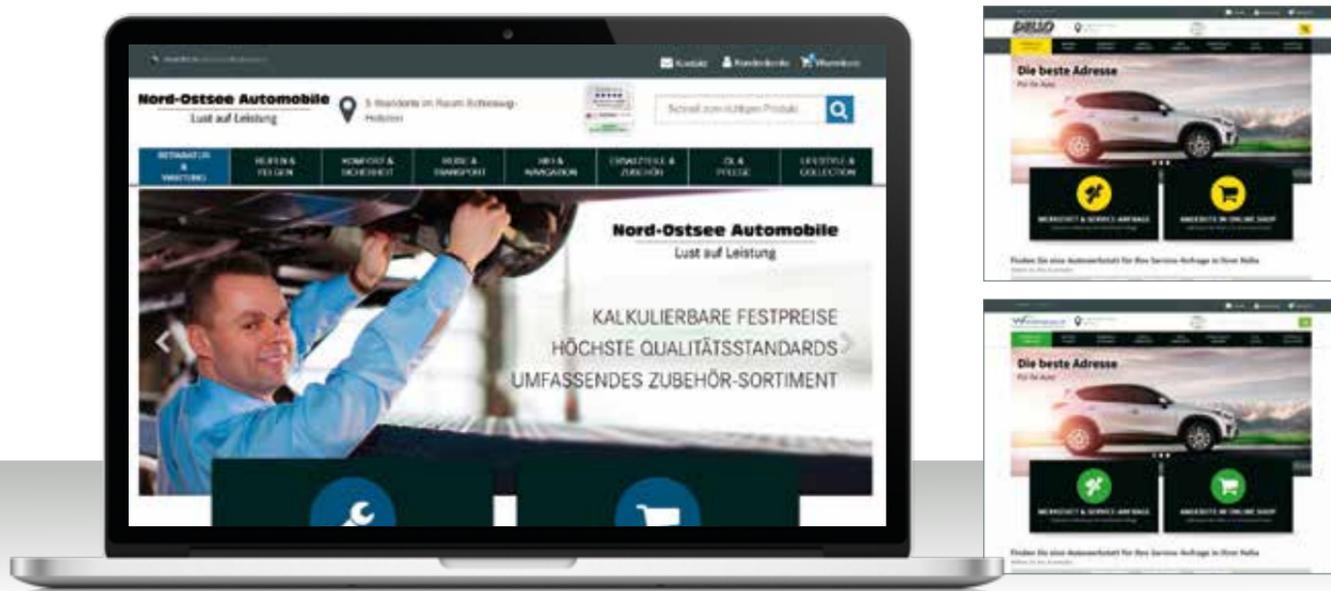
MEHR INDIVIDUALITÄT UND FLEXIBILITÄT

Mit der neuen Struktur vereinfacht sich für TECHNO Gesellschafter auch der Pflege- und Betreuungsaufwand für die Shops: So gibt es ähnlich wie zuvor eine Startseite, auf der Sie sich und Ihren Online-Shop präsentieren und mit attraktiven Angeboten Kunden ansprechen können.

Daneben haben Sie auf den persönlichen Standortseiten die Möglichkeit, sich individuell mit eigenen Farbanpassungen in den CI-Vorgaben (z. B. Farbe und Grafiken) zu positionieren und bestimmte Alleinstellungsmerkmale für Ihre Kunden hervorzuheben.

JETZT NEU:

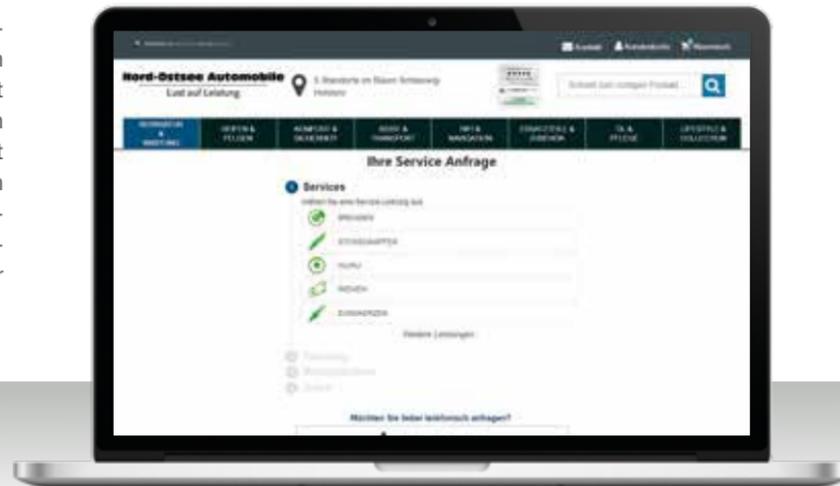
ERWEITERTE INDIVIDUALISIERUNGSMÖGLICHKEITEN DURCH EIGENE CI-FARBEN



JETZT NEU:

EINFACHERES IMPLEMENTIEREN VON ORIGINAL-ZUBEHÖR UND ERSATZTEILEN

Auch das Implementieren von Original-Zubehör und Ersatzteilen sowie eigenen Artikeln wird jetzt noch einfacher: Mit nur wenigen Klicks können Sie Ihr Sortiment ergänzen oder erweitern und den Fokus auf spezielle Markenprodukte legen, wie z. B. den Fahrradträger vom Originalhersteller oder andere Hersteller-Merchandise.



FAZIT:

Von den angestoßenen Veränderungen und technischen Optimierungen profitieren Endkunden und Shop-Betreiber gleichermaßen: Sie erleichtern einerseits die Suche nach Produkten und Services, andererseits vereinfachen sie interne Prozesse und die Erweiterung des Angebotes der Gesellschafter.

Mit Blick auf die Auffindbarkeit über Suchmaschinen verspricht ein neu angebotener, erweiterter Service zusätzliches Potential. Das **AUTOTEILE PLUS SERVICE** Team bietet dafür entsprechende Beratung sowie speziell zugeschnittene, zubuchbare Marketingpakete: von SEO über SEA bis zu Social-Media-Unterstützung.

**SIE HABEN FRAGEN?
DAS AUTOTEILE PLUS SERVICE TEAM
STEHT IHNEN JEDERZEIT ZUR VERFÜGUNG**

Sie möchten mehr über die neue Area-Struktur erfahren, sich über die erweiterten Möglichkeiten des Onlinemarketing informieren oder haben Fragen zu den technischen Neuerungen? Das **AUTOTEILE PLUS SERVICE** Team freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme.



**MARION
LANGHELD**



**MAIKE
SCHWULERA**



**SABRINA
BETHKE**



**JULIANE
MANDA**

E-Mail: aps-hotline@technoeinkauf.de
T. 040.526 099-111

» autoteilepluservice.de



www.afk-hh.de
Technische Gase – Kältemittel – Schmierstoffe – Recycling & Entsorgung



LET'S COOL GREEN

Friedrichs Kältemittel.
Für eine grüne Zukunft.
Weltweit.



R1234yf / Solstice® yf
umweltfreundlich effizient leistungsstark

A. Friedrichs Kältemittel GmbH
Bei den Kämpfen 22 21220 Seevetal
Kontakt: 04185 7001-0 info@afk-hh.de

WENN REIFEN, DANN GUNDLACH.

DER PROFESSIONELLE SYSTEMPROVIDER FÜR PNEUS ALLER KATEGORIEN

Rund, schwarz und aufblasbar: Der Reifen ist die einzige und nur handflächengroße Verbindung des Autos zur Straße; und ein sicherheitsrelevantes »Ersatzteil«. Runflat-Technologie und RDKS sind da nur zwei Themen, die ein modernes Autohaus heute beherrschen muss – und dass in einer Vielzahl unterschiedlicher Dimensionen. Die Lösung: GUNDLACH!

Seit mehr als 45 Jahren kennen wir Kunden und Bedürfnisse – und sind kein reiner Großhändler, sondern der OE-Lieferant für Komplettträger in der Autoindustrie. Unsere Kunden können auf ein umfassendes Produktprogramm an Reifen und Felgen aller führenden Marken und auf ein Lager mit mehr als einer Millionen Reifen zugreifen. Jederzeit im XXL-Onlineshop bestellbar. Inklusive Marketing-Support.

Mehr als 20 Reifenexperten, speziell für verschiedene Automarken geschult, stehen dabei beratend zur Seite. So sparen Autohäuser Zeit für die eigene Recherche und verlassen sich auf einen erfahrenen Systemprovider, der nach ISO/IATF 16949 zertifiziert wurde.

SETZEN SIE AUF DEN REIFENPROFI UND NUTZEN SIE DIE ATTRAKTIVEN ANGEBOTE FÜR DIE NÄCHSTE WINTERSAISON VON GUNDLACH – EXKLUSIV FÜR TECHNO GESELLSCHAFTER.

Rufen Sie uns an:
T. 02684.9450-0

» reifengundlach.de



Service. Vertrauen. Leidenschaft.

OXXO
ALLOY WHEELS

Weil's einfach passt.

TPMS
ready

NEU

VIDORRA DARK
16"-19"



Persönliche Ansprechpartner

Mo.–Fr.: 7.30–18.30 Uhr
Sa.: 8.00–12.00 Uhr

Umfangreiches Sortiment

1,3 Mio. Reifen und Felgen auf Lager

Komplettträger

in Erstausrüster-Qualität mit TPMS für alle Fahrzeugmodelle

Zuverlässige Logistik

Bis zu **2 x täglich** Anlieferung mit eigener Flotte

Onlineshop XXL
www.reifengundlach.de/shop

Reifen Gundlach GmbH
Talstraße 1–3, 56316 Raubach
Tel.: 02684 9450-100
E-Mail: techno@reifengundlach.de

EFFEKTIV. SICHER. GEPRÜFT.

STOP&GO MARDERABWEHR JETZT MIT GTÜ-PRÜFSIEGEL



Zwei Hochspannungsabwehr-Produkte aus dem Marderabwehrprogramm von STOP&GO haben die Prüfung bei einem externen Dienstleister für technische Überwachung problemlos gemeistert und schließlich mit Bravour bestanden. Die Kombinationsgeräte STOP&GO 7 PLUS-MINUS SKT und 8 PLUS-MINUS SKT tragen ab sofort das GTÜ-Prüfsiegel für geprüfte Qualität in Verarbeitung, Bedienung und Funktion. In allen geprüften Bereichen erhielten beide Geräte Bestnoten.

Der technische Dienst der GTÜ (Gesellschaft für technische Überwachung mbH) prüfte die Kombinationsgeräte nach zertifizierten Kriterien. Diese umfassen die elektrischen Funktionsweisen Spannung, Entlade- und Berührungstrom, Frequenz und Schalldruck sowie die Abschaltung

beim Motorstart. Des Weiteren wurden eine Korrosions- und eine Vibrationsprüfung durchgeführt. Die Prüfer befanden auch die mehrsprachige Bedienungsanleitung als verständlich und nachvollziehbar – sie wurde erst in diesem Jahr zusammen mit der Einführung des neuen Verpackungsdesigns inhaltlich vollständig überarbeitet.

Das GTÜ-Gütesiegel bietet Werkstätten und Verbrauchern Sicherheit: Fehlfunktionen sind nachweislich nahezu ausgeschlossen – einen sachgerechten Einbau sowie eine bestimmungsgemäße Verwendung vorausgesetzt. Die Geräte können in jede Art von Pkw eingebaut werden. Zudem arbeitet das Gerät einwandfrei bei winterlichen Temperaturen bis minus 25 Grad Celsius.

» stop-go.de

MARDER
STOP&GO

HOCHSPANNUNG
IN REKORDZEIT



Jetzt
GTÜ
geprüft*

MARDER
STOP&GO



WIR SIND
MARDERABWEHR



www.stop-go.de



MAKRA ERHÄLT DEN PARTSLIFE UMWELT- PREIS 2019

PREISGEKRÖNTE HANDREINIGUNG OHNE MIKROPLASTIK

Jede Minute landet eine volle Lkw-Ladung Plastik in unseren Weltmeeren. Bewusster Verzicht und die Suche nach Alternativen sind daher notwendige Schritte, um das globale Problem in den Griff zu bekommen. MAKRA erkannte dies bereits vor einigen Jahren und legte mit seiner Handwaschpaste SensiEconut den Grundstein für eine ganze Reiner-Serie, die gänzlich auf Mikroplastikpartikel verzichtet. Dieses Engagement wurde jetzt mit dem PARTSLIFE Umweltpreis gewürdigt.

Öl, Lack, Ruß, hartnäckiger Schmutz: Alltag in allen Werkstätten und Kfz-Betrieben – und eine große Belastung für die Haut der Beschäftigten. Handwaschpasten mit Sand oder Sägespanen dienten hier jahrelang als notwendiges Übel, um die Rückstände schnell und effektiv zu entfernen. In den 90er-Jahren dann die Wende: künstliche Reibkörper aus Plastik, die bei gleicher Reinigungsleistung wesentlich schonender für die Haut waren. Was damals als fortschrittlich galt, sollte sich jedoch in jüngster Zeit als großes Problem entpuppen. Die Plastikkügelchen, die die Reinigungsleistung unterstützen, sind zu klein, um aus dem Abwasser herausgefiltert zu werden, und gelangen so in unsere Umwelt. Der Klärschlamm wird teilweise als Dünger auf Feldern eingesetzt, das gefilterte Abwasser gelangt in den Wasserkreislauf und ergießt sich in Flüsse, Seen und Meere. Aufgrund dessen finden sich Mikroplastikpartikel inzwischen nicht nur in unseren Ozeanen und in Meeresbewohnern, sondern auch im Menschen.

MAKRA hat das Problem des Mikroplastiks frühzeitig erkannt und bereits 2016 die erste Handwaschpaste mit natürlichen Reibkörpern aus Walnussschalenmehl auf den Markt gebracht. Dabei bildete SensiEconut nicht nur den Auftakt für eine Reihe von Handreinigern, die für die unterschiedlichsten Verschmutzungen ausgelegt sind, sondern wurde auch mit dem EU-Ecolabel zertifiziert. Stück für Stück wurde die Sensibelle-Reihe für den betrieblichen Hautschutz mit SensiEcoblue und SensiEcoultra weiter aus-

gebaut und durch SensiEcosoft vervollständigt. Neben gemahlene Walnussschalen kommen heute bei den neuen Handreinigern auch Maiskolben- und Olivenkernmehl zum Einsatz – und wie das Vorreiter-Modell sind sie komplett frei von Mikroplastik.

Die eingesetzten natürlichen Reibkörper stammen aus Europa und sind auch insofern eine umweltfreundliche Alternative, als Restprodukte der Lebensmittelindustrie nicht einfach entsorgt, sondern weiterverarbeitet werden. Gleichzeitig sind die Handwaschpasten besonders schonend zur Haut und wirken bereits in kleinen Mengen, was wiederum Ressourcen und Rohstoffe schont. Nachhaltiges Denken, das belohnt wird: Im Juni 2019 wurde MAKRA der renommierte Umweltpreis von PARTSLIFE verliehen. Ausgezeichnet werden Unternehmen, die erkennbar Verantwortung bei der Erhaltung der natürlichen Umwelt übernehmen und deren aktives umweltorientiertes Handeln besonders beispielhaft und nachahmenswert ist.

TECHNO gratuliert herzlich zu dieser sehr verdienten Auszeichnung!

SIE HABEN FRAGEN ZUM HAUTSCHUTZ VON MAKRA?

Marco Hoyler
M. 0176.169 99 021
E. mhoyler@makra.de

Ralf Müller
M. 0176.169 99 055
E. rmueller@makra.de

helfen Ihnen gerne weiter.

» makra.de



MAXIMALE KRAFT.

MAKRA_HAUTSCHUTZ



MAKRA GEGEN MIKRO! MIT MAXIMALER KRAFT GEGEN MIKROPLASTIK

Bereits seit 2016 setzen wir auf Reinigungsprodukte mit 100 % natürlichen Reibkörpern – und machen uns stark für Haut, Umwelt und Zukunft.

Wir haben eine nachhaltige Lösung für unsere Handreiniger ohne Kunststoffreibkörper entwickelt und verwenden natürliche Reibkörper aus gemahlene Walnussschalen, Maiskolben und Olivenkernen.



Schonend für die Haut –
ENTSCHEIDEND FÜR
DIE UMWELT



makra.de

STARKE LEISTUNG. STARKER PREIS!

DER NEUE ESA+TECAR SUPERGRIP PRO WINTERREIFEN

Der Winter stellt höchste Ansprüche an Autoreifen. Schnee, Eis, Matsch, Minusgrade, Glätte, gefrierende Nässe: Die Pneus müssen jederzeit eine erstklassige Performance liefern. Kein Problem für die neuen ESA+TECAR SUPERGRIP PRO.

Die neueste Winterreifengeneration bietet auf verschneiten Straßen verbesserte Traktions- und Bremseigenschaften, reduziert die Aquaplaning-Gefahr auf ein Minimum und sorgt trotz Schneedecke für direktes Einlenkverhalten beim Abbiegen. Zusätzliche Griffspitzen im Profilgrund, volumenoptimierte seitliche und längslaufende Rillen und die spezielle Konstruktion machen es möglich.

Damit bringt TECAR wieder einmal Reifen an den Wintersaisonstart, die als perfekte Alternative für alle dienen, die beim Reifen sparen, aber in Sachen Sicherheit und Komfort keine Abstriche machen möchten.

Darüber hinaus wurde die übliche Garantie von zwei Jahren auf drei Jahre aufgestockt. Ein starkes Verkaufsargument für einen ohnehin attraktiven Reifen, der sich bereits durch optimales Fahrverhalten, exzellenten Fahrkomfort und erstklassige Laufeigenschaften auszeichnet.

SIE HABEN FRAGEN ZUM ESA+TECAR SUPERGRIP PRO WINTERREIFEN?

Sabine Weisel
hilft Ihnen gerne weiter:
T. 040.526 099-146
E. weisel@technoeinkauf.de

» tecar-reifen.de



2 JAHRE
SIND GUT.
3 JAHRE
SIND BESSER.
DIE TECAR-
REIFENGARANTIE.

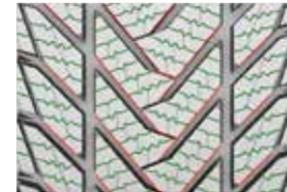


ESA+TECAR SUPERGRIP PRO WINTERREIFEN: HÖCHSTLEISTUNG FÜR EISKALTE ANFORDERUNGEN.

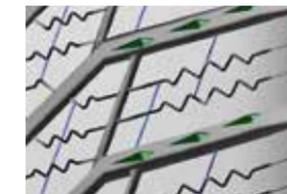
- » In Deutschland entwickelt, in Europa produziert
- » **Noch attraktiveres Preis-Leistungs-Verhältnis** für noch mehr Kundenzufriedenheit!
- » **Erhältlich in 45 Dimensionen**
- » **Kostenlose 3 Jahre TECAR Reifengarantie**
- » Werbe- und Marketingunterstützung durch TECHNO
- » **Reduziertes Aquaplaning-Risiko** durch volumenoptimierte seitliche und längslaufende Rillen
- » Mit integrierter Verschleißanzeige aus Gummi – TWI (Tread Wear Indicator)
- » **Verbesserte Traktions- und Bremseigenschaften** auf verschneiten Straßen

TECAR

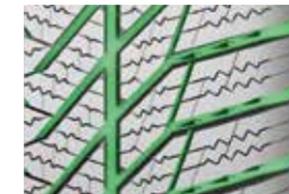
» Sicher im Schnee dank hoher Lamellenstruktur und seitlicher Griffkanten



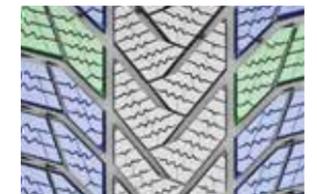
» Immer in der Spur dank unterschiedlich abgewinkelter Einkerbungen in umlaufender Profilrichtung und zusätzlicher Griffspitzen



» Reduziertes Aquaplaning-Risiko dank volumenoptimierter seitlicher und längslaufender Rillen



» Komfortables Fahren dank speziell geformter Rillen und optimierter Blockstrukturen für geringe Geräuscentwicklung



GEMEINSAM BODEN GUT MACHEN

TECHNO, MWK BIONIK UND HENI MIT MIKROBIOLOGIE GEGEN BODENVERSCHMUTZUNG

Die Bodensanierung ist nicht nur kostenintensiv, sondern oftmals auch extrem aufwendig und stellt Autohäuser und Werkstätten immer wieder vor neue Herausforderungen. TECHNO, MWK Bionik und HENI nehmen sich in Zukunft mit vereinter Kraft des Problems an und lösen es im wahrsten Sinne des Wortes in Luft und Wasser auf.

Die Bodenverschmutzung betrifft so ziemlich jeden Kfz-Betrieb. Selbst wenn an den Fahrzeugstellplätzen, Öl-Sammelstellen, Tanks und in der Werkstatt noch so sauber gearbeitet wird, entsteht über die Jahre mindestens eine schleichende Kontamination.

So stellt sich spätestens bei jedem Neubau, Umbau oder Rückbau die Frage, was mit dem verschmutzten Erdreich geschehen soll. Aushub und Entsorgung des betroffenen Bereichs waren bisher das meistgenutzte Mittel zum Zweck – eine Methode, die nicht nur extrem aufwendig und teuer, sondern auch wenig nachhaltig ist.



Zeitpunkt 0
Durch den Werkstattboden und einen defekten Ölabscheider gelangten MKWs in den Boden.

Über 3 Jahre
sichern weitere MKWs in den Boden und die Kontaminationsfahne wird deutlich größer!

Nach 3 Jahren
Das kontaminierte Erdreich wird aufwendig und kostenintensiv ausgehoben und entsorgt.

Genau hier hat die Firma MWK Bionik in den letzten Jahren angesetzt und ein Verfahren entwickelt, das das Problem quasi von innen heraus zersetzt: die mikrobiologische Bodensanierung. Da sich alle mineralischen Kohlenwasserstoffe, wie z. B. Benzin und Öl, grundsätzlich biologisch abbauen lassen, ist der Weg zur Dekontamination des Bodens bereits geebnet und muss nur noch eingeschlagen werden. Das Prinzip ist so einfach wie effektiv. Ein Beispiel: Die meisten Bodenkontaminationen entstehen durch defekte Ölabscheider. Geschätzt 50 bis 80 % aller in Deutschland verbauten Leichtflüssigkeitsabscheider-Systeme entwickeln über die Jahre Defekte und verursachen so eine schleichende Bodenkontamination.

Werden Mikroorganismen eingebracht, um durch entsprechende Stoffwechselprozesse die Verschmutzung abzubauen, bleiben auch hier am Ende nur Wasser und CO₂.



Die Firma MWK Bionik hat sich darauf spezialisiert, die passenden Mikroorganismen ausfindig zu machen, weiterzuentwickeln und zu »trainieren«, um jegliche Mineralölkohlenwasserstoffe zuverlässig und umweltgerecht zu beseitigen. Die Bodensanierung kann im laufenden Betrieb erfolgen – ganz ohne Aushub und Entsorgung. In einem Zeitraum von ein bis zwei Jahren wird so aus belastetem Sonderabfall wieder wertvoller Boden, der sich verkaufen lässt.

Mit MWK Bionik und HENI haben alle Gesellschafter durch ihre Gesellschaft bei TECHNO jetzt zwei starke Partner an ihrer Seite, die die einfache »Nebenbei«-Reinigung zu exklusiven Konditionen vor Ort realisieren und das Problem der Bodensanierung endlich umweltgerecht und wirtschaftlich in den Griff bekommen.

HABEN SIE FRAGEN ODER KONKRETEN BEDARF?

Unser Team begleitet Sie vom Beginn bis zum erfolgreichen Abschluss:

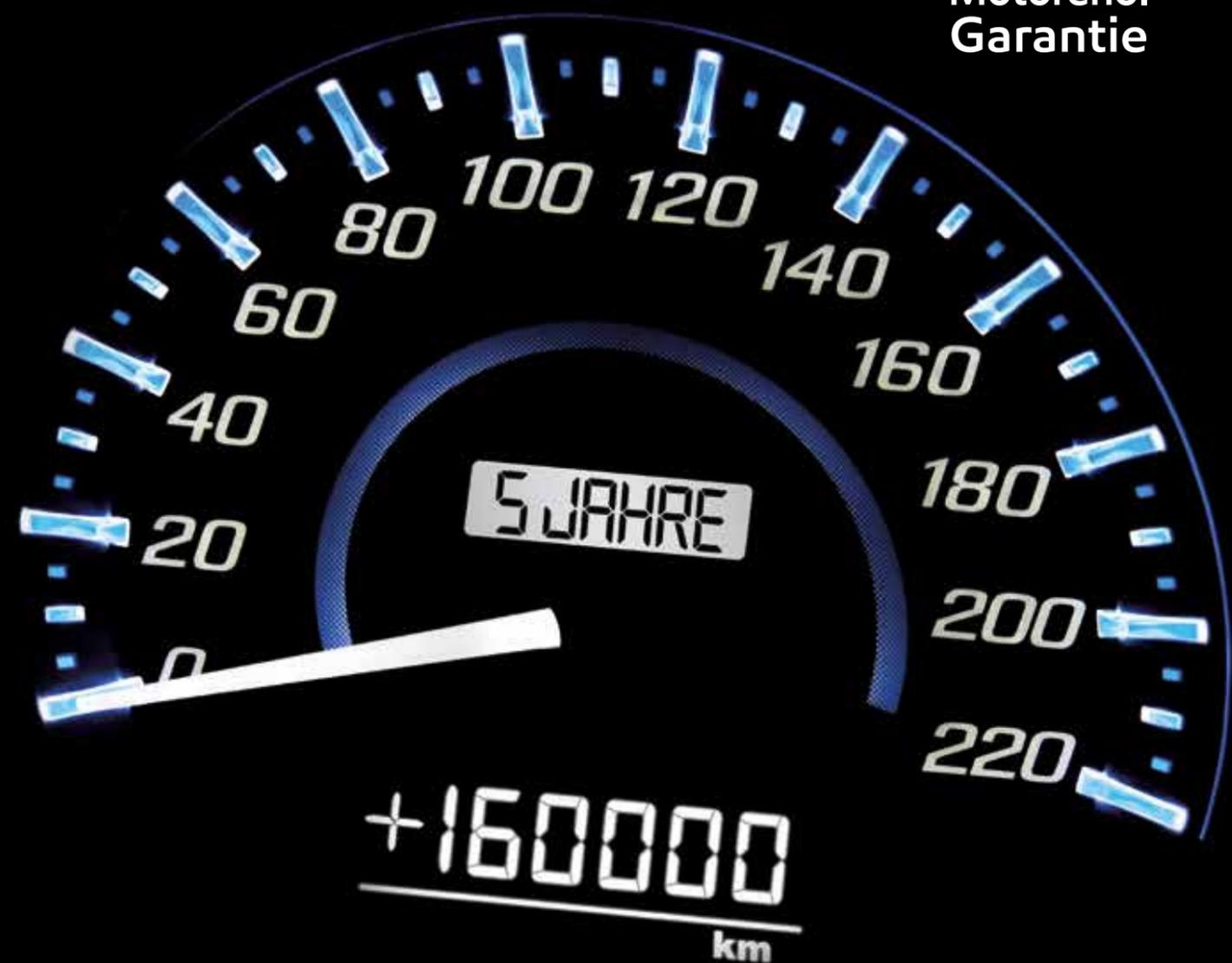
Helmut Niemeyer GmbH

T. 02191.955 80
F. 02191.555 80
E. info@heni.de

» heni.de

HENI Partner für Automobilwerkstätten

Mobil 1™
Motorenöl
Garantie



Erhöhen Sie Ihre Kundenloyalität mit der neuen Mobil 1™ Motorenölgarantie.

Bieten Sie Ihren Kunden die Mobil 1™ Motorenölgarantie kostenfrei an – eine Garantie auf den Motor von weiteren 5 Jahren oder zusätzlichen 160.000 km nach Ablauf der Herstellergarantie.* Mobil 1 – wenn Sie Leistungen fordern.

Energy lives here™

Mobil 1™

Performance by ExxonMobil

*Beachten Sie, dass dieses Angebot den Bedingungen der Mobil 1™ Motorenölgarantie unterliegt.

© 2018 Exxon Mobil Corporation. Alle in diesem Dokument verwendeten Marken sind Markenzeichen oder eingetragene Marken der Exxon Mobil Corporation oder eines mit ihr verbundenen Unternehmens, sofern nicht anders angegeben.

GEMEINSAM FÜRS EIGENE GESCHÄFT.

DAS KONZEPT **OT REGIO** MIT ERWEITERTEM SORTIMENT, VERSTÄRKTEM AUSTAUSCH UND ÜBERZEUGTEN NUTZERN

Im Münsterland wurde der Grundstein von **OT REGIO** gelegt. Hier hatten sich 2015 die ersten sechs Autohäuser unter dem Dach des innovativen Vertriebskonzeptes zusammengefunden. Die Idee: gemeinsame Vermarktung und Versand von Original-Ersatzteilen an freie Werkstätten durch unterschiedliche Marken-Autohäuser aus einer Region.

OT REGIO ist das Ergebnis einer logischen Verbindung: Freie Werkstätten brauchen regelmäßig und schnell Ersatzteile für unterschiedlichste Automarken, Autohäuser in der Nähe können diese dank eigenen Logistikzentren und direkterem Kontakt zum Hersteller liefern. Es fehlte aber der Kontaktpunkt. Gefunden, konzipiert und realisiert wurde dieser mithilfe der eigenen Gesellschafter innerhalb der Autohaus-Kooperation. Zum Vorteil für alle Beteiligten: Die Werkstätten bestellen zentral, sicher und direkt über eine zentrale Anlaufstelle alle Ersatzteile, die Autohäuser liefern gemeinsam aus, finden für ihren Ersatzteile-Bestand regelmäßige Abnehmer und erweitern gezielt ihr Geschäft.

»Lückenschließen« nennt **TECHNO** eine solche Konzeptentwicklung, wie sie hier geschehen ist. »Bei **OT REGIO** hat sich wieder einmal gezeigt und bewährt, dass ein partnerschaftliches Zusammenwirken von Autohäusern mit Unterstützung und Moderation durch **TECHNO** sehr erfolgreich sein kann«, so Björn Albrecht, Projektleitung **OT REGIO**, Produktmanager **TECHNO**. Der Stand der Dinge gibt ihm und den Entwicklern bei **TECHNO** Recht. Heute gibt es sechs große **OT REGIO** Zusammenschlüsse, Hamburg & Schleswig-Holstein, Nord-Ost, Münster, Osnabrück, Weser-Ems und Niederrhein, die gemeinsam über 7.000 freie Werkstätten bedienen.

POTENZIAL ERKANNT – UND VOLL AUSGESCHÖPFT

Getreu dem **OT REGIO** Motto »alles aus einer Hand« wurde neben dem Verkauf von Original-Ersatzteilen jüngst die Vermarktung von Handelswaren, wie Gebrauchs- und Verbrauchsgütern, Reifen, Werkzeugen und Chemie, als zweite relevante und ertragreiche Säule im Konzept grundlegend erweitert und optimiert. Genau angepasst an die Vorstellungen und Anforderungen der im Markt befindlichen **OT REGIO** Zusammenschlüsse wurde im zweiten Quartal 2019 der **OT REGIO** Shop mit dem ergänzten Portfolio live geschaltet.

POSITIVE IMPULSE FÜR DIE OPERATIVEN AKTIVITÄTEN

Um Marktimpulse, positive Entwicklungen in der Praxis und komplexer werdende Anforderungen weiterhin bestmöglich abbilden zu können, wurden Anfang 2019 zwei Arbeitskreise ins Leben gerufen: »Einkauf & Marketing« und »Konzept- & Portalentwicklung«. Der enge Austausch zwischen **TECHNO** Mitarbeitern und Mitarbeitern aus **OT REGIO** Zusammenschlüssen stellt sicher, dass auch zukünftig alle Bereiche des Konzeptes »**OT REGIO**« durch **TECHNO** in die richtige Richtung erweitert und somit alle Interessen und Anforderungen der handelnden Autohaus-Gesellschaften berücksichtigt werden. Erste Themen des Arbeitskreises »Konzept & Portalentwicklung« waren daher die Erweiterung und Optimierung des Leistungsumfangs des Portals und der Serviceleistungen von **OT REGIO**. Der Arbeitskreis »Einkauf & Marketing« sprach über die Sortimentsgestaltung und die gezielte Abstimmung von Marketingmaßnahmen wie Quartalswerbung, Sonder-Werbeflyern u. v. m.

Zusätzlich zu den Arbeitskreisen werden im Zuge der **TECHNO EXPO SPEZIAL** Messen regelmäßig **ERFA-Tagungen** stattfinden, um den kollektiven Austausch über alle Ebenen hinweg zu ermöglichen – vom Konzeptgeber **TECHNO** über die Autohaus-Geschäftsführung bis hin zum operativen Mitarbeiter an der Kundenfront. Ergebnis der ersten ERFA-Tagung: die Weiterentwicklung der **OT REGIO** Service-Standards, die das überregionale Leistungsspektrum des Konzeptes absichern und den Arbeitsalltag für die **OT REGIO** Gesellschaften erleichtern sollen.

OT REGIO SERVICE-STANDARDS:

- » Technische Unterstützung (Telefon-Support, Informationen über Serviceaktionen u. v. m.)
- » Schnelle Terminvergabe und Spezialwerkzeugverleih
- » Bevorzugter Zugriff auf Fahrzeugvermietungssysteme und das Gebrauchtwagenportfolio teilnehmender **OT REGIO** Partner
- » Individuell um Vorgaben des Fahrzeugmarkenpartners und Vorstellungen der **OT REGIO** Gesellschafter erweiterbar

» ot-regio.de

DIE TRANSFORMATION DER MÄRKTE ...

DIE HEUTIGEN UND KÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR AUTOHAUS-GRUPPEN: WIE SOLL MAN SICH IM AFTERSALES GEGENÜBER DEN IAM-RIESEN RICHTIG POSITIONIEREN?



»Selbstverständlich ist es in aller Munde und längst kein Geheimnis mehr – die globale Automobilindustrie durchläuft einen fundamentalen Wandel, der stetig an Dynamik zunimmt. Auch die **TECHNO** Gesellschafter spüren die Veränderungen im Markt und die damit verbundenen, in Teilen recht eigenwilligen Vorgaben ihrer Fahrzeughersteller täglich aufs Neue.

Es zeichnet sich immer mehr ab, dass die altbekannten Geschäftsmodelle in einer Autohaus-Gruppe zunehmend an ihre wirtschaftlichen Grenzen stoßen. Dabei wird es immer offensichtlicher, dass besagte Geschäftsmodelle immer weniger kompatibel zu dem sich stetig weiter wandelnden Markt sind, was vielen handelnden Unternehmern in den Autohaus-Gruppen bewusst ist oder gar wahrgenommen wird.

Auch der technologische Fortschritt bringt massive Veränderungen mit sich. Autohaus-Gruppen stehen starken Investitions-Verpflichtungen gegenüber; das betrifft nicht nur den klassischen Sales-Bereich oder die Einhaltung der CI-Vorgaben. Ein ganz wesentlicher Aspekt ist die Investition in die Werkstatt-Infrastruktur.

Bei dem Stichwort Elektrifizierung oder E-Mobilität und auch beim Thema autonomes/teilautonomes Fahren bekommen Aftersales-Verantwortliche und Werkstattmitarbeiter gerne einmal eine »Gänsehaut«.

Wirft doch dieser technologische Wandel, neben vielen guten Neuerungen, so Einiges an Schatten auf die Autohaus-Gruppen. Die offensichtlichen Einschnitte in den Bereichen Serviceaufkommen, Verschleißinstandsetzung und Unfallinstandsetzung bedingt durch die neuen Technologien suchen ihresgleichen.

Dabei ist doch bei allen Branchenkennern hinlänglich bekannt und klar: Das noch einigermaßen ertragreiche Geschäft der Autohaus-Gruppen wird im Aftersales generiert. Die Zukunftsaussichten sind also nicht die besten, was jeden Autohausunternehmer, egal wie groß er ist, zwingt, sich um neue, nachhaltige Geschäftsfelder zu bemühen!

Jede Autohaus-Gruppe verfolgt in dieser Sache andere Strategien, um sich für die kommenden Marktveränderungen zu wappnen. Dabei ist es sonderbar zu sehen, dass viele Unternehmer – trotz dieser schwerwiegenden Anzeichen –

immer noch sehr kurzfristig den Weg der »Heilung« respektive Kompensation beschreiten möchten. Natürlich sollten Anpassungen – strategischer Natur – nach Möglichkeit keine oder nur unwesentliche Kosten mit sich bringen. Doch jeder erfolgreiche Unternehmer weiß: Wenn es darum geht, sich erfolgreich neuen Marktgegebenheiten anzupassen, dürfen keine Investitionen gescheut werden, die sich in der Regel über viele Jahre erstrecken, bis sich der erste Unternehmenserfolg wieder einstellt. Jede Form der kurzfristigen Reaktion auf den Markt kommt einer Kapitalverschwendung gleich und bringt in der Regel auch nur einen kurzfristigen Effekt in der Sache.

TECHNO – DIE AUTOHAUS-KOOPERATION beschäftigt sich bereits seit Jahren mit diesen eindeutigen Indikatoren aus dem Markt und bietet diverse Konzepte, ihren Eigentümern Hilfestellung zu geben.

Eines dieser wesentlichen Konzepte ist **OT REGIO**. Ein Konzept, das primär dafür Sorge trägt, das bestehende Originalteilegeschäft zu sichern und langfristig auszubauen. Darüber hinaus ermöglicht **OT REGIO** die Erschließung weiterer Ertragsmöglichkeiten neben dem heutigen Originalersatzteileverkauf. Schlussendlich werden die operativen **Kosten** durch das gesamteinheitliche Betreiben des **OT REGIO** Konzeptes für die jeweiligen Teilnehmer gesenkt. Hier fokussiert man sich primär auf die Bereiche **Logistik** und **Vertrieb**.

Somit erfahren die Autohaus-Gruppen, die **OT REGIO** betreiben, eine einmalige Positionierung im IAM und stellen für ihre Kunden eine tatsächliche Alternative mit deutlichen Mehrwerten im Vergleich zu den marktdominierenden Teiledistributoren dar. Das ist umso wichtiger geworden, als sich die meisten Teiledistributoren bereits in die Domäne des Originalteilvertriebes der Autohaus-Gruppen geschoben haben, was die Situation für die Autohäuser mitnichten einfacher macht.

Daher empfehlen wir: Heute umdenken und morgen mit OT REGIO die Zukunft absichern. Wir freuen uns darauf, Sie im Markt stark zu machen.

Lars Jensen, Projektleitung **OT REGIO**, Produktmanager **TECHNO**



MIT VIEL ERFOLG FORTGESETZT.

Welche Vorteile OT REGIO Autohäusern bietet, zeigt die Praxis der erfolgreich umgesetzten Zusammenschlüsse in ganz Deutschland, unter anderem in Hamburg und Schleswig-Holstein. Mai 2017 gründete Nord-Ostsee Automobile die erste **OT REGIO** im Norden. Zusammen mit den Autohaus-Gruppen (Nord-Ostsee Automobile, DELLO, Autohaus Hansa Nord, Autohaus Elmshorn, Audi Zentrum Flensburg, Automobile Günther Bergmann & Söhne und Renault Retail Group Hamburg) entstand die **OT REGIO HH & SH GmbH**. Mit so großem Erfolg, dass sich Nord-Ostsee Automobile zur Expansion entschloss und 2019 **OT REGIO Nord-Ost GmbH** ins Leben rief. Über die Hintergründe für die Erweiterung, die Erfahrungen im alltäglichen Umgang mit dem Vertriebskonzept und die Zukunftsthemen in Bezug auf **OT REGIO** haben wir mit drei Verantwortlichen von Nord-Ostsee Automobile gesprochen.



Dr. Christian Splett-Henning

Geschäftsführer Nord-Ostsee Automobile, Geschäftsführung OT REGIO Hamburg & Schleswig-Holstein, Geschäftsführung OT REGIO Nord-Ost

Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell im Markt?

Dr. Christian Splett-Henning: »Der Automotive-Markt befindet sich von jeher im Wandel. In den letzten Jahren

deutlich gravierender denn je. Primär stellt heutzutage der technologische Fortschritt, insbesondere die Digitalisierung, uns vor immer größere Herausforderungen und Chancen. Das betrifft in der Konsequenz auch die wirtschaftlichen Aspekte unseres Handelns im Markt. Hinzu kommt die Liberalisierung der Märkte, was den IAM immer stärker in die OEM-Welt kommen lässt. Auf diese Entwicklung stellen wir uns ein, um den Markt weiterhin aktiv mitzugestalten.«

Was gab letztlich den Ausschlag, mit OT REGIO Hamburg & Schleswig-Holstein (HH & SH) zu starten?

Dr. Christian Splett-Henning: »Bei der Betrachtung einer unserer wesentlichen Sparten, Aftersales, ist es besonders wichtig, langfristig dafür Sorge zu tragen, dass in erster Linie Originalersatzteile fokussiert vermarktet werden können, auch an freie Werkstätten. In Reflexion auf den sehr schnell handelnden IAM stellt das **OT REGIO** Konzept

für uns die ideale Antwort auf diese Marktsituation dar. Die Tatsache, dass das Konzept **OT REGIO** bereits im Markt erprobt wurde, und die inhaltliche Ausgestaltung durch TECHNO gaben den finalen Impuls, eine eigene **OT REGIO** ins Leben zu rufen.«

Welche künftigen Herausforderungen sehen Sie im Markt und wie kann das OT REGIO Konzept Sie dabei ideal stützen?

Dr. Christian Splett-Henning: »Es ist davon auszugehen, dass die Konzentrationen in den Märkten weitergehen werden. Eine weitere Beschleunigung ist wahrscheinlich. Unter Berücksichtigung dieses Umstandes ist es umso wichtiger, Stärke und Marktpräsenz durch Kooperation zu gewinnen und zu leben. Wichtig für die Unterstützung durch den Konzeptgeber TECHNO ist es, die Marktpräsenz des Konzeptes **OT REGIO** durch erhöhte Expansionsaktivitäten noch weiter zu stärken, damit allen Betreibern von **OT REGIO** Gesellschaften mehr Möglichkeiten in den regionalen Märkten gegeben werden und so den Wettbewerbsvorteil zu vergrößern.«

Nach knapp 12 Monaten haben Sie nun die nächste OT REGIO (OT REGIO Nord-Ost) gegründet. Was sind die Hauptbeweggründe für diese Entscheidung?

Dr. Christian Splett-Henning: »Die Veränderungen im Markt haben auch uns als Nord-Ostsee Automobile zur Expansion veranlasst. Dadurch eröffneten sich für uns neue regionale Märkte. Trotz der jungen Geschichte der **OT REGIO HH & SH** konnte man ohne Weiteres erkennen, dass wir mit dieser strategischen Entscheidung auf dem richtigen Weg sind. Damit war die Entscheidung schnell getroffen, diesen für uns neu gewonnenen regionalen Markt nicht nur zu erschließen, sondern vielmehr nachhaltig zu entwickeln.«

Welche Botschaft möchten Sie in Bezug auf OT REGIO anderen Autohaus-Gruppen mitgeben?

Dr. Christian Splett-Henning: »In der heutigen Zeit wird es wichtiger, immer wieder alte Strukturen oder die Art des Handels in Frage zu stellen. Agieren im Markt bedeutet immer auch ein gewisses Wagnis einzugehen. Wichtig ist hierbei, schnell Entscheidungen zu treffen und auch bereit zu sein, entsprechende Investitionen in die Zukunft zu tätigen. Strategische Positionierungen in einem Markt sind ein sehr wichtiger Schritt. Auch das **OT REGIO** Konzept ist so eine strategische Positionierung; durch die gute Ausarbeitung und Bereitstellung des Konzeptes durch TECHNO lässt sich auch das Engagement gut einschätzen. Der Aftermarket ist und wird auch künftig ein wichtiger Ertragsbringer in unserem Geschäft sein. Ich bin davon überzeugt, dass wir von Nord-Ostsee Automobile mit **OT REGIO** sehr gut aufgestellt sind.«



Jörn Sander

Leiter Organisation & Teilvertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung bei Nord-Ostsee Automobile

Wie würden Sie das letzte Jahr mit OT REGIO beschreiben?

Jörn Sander: »Das möchte ich als durchaus erfolgreich bezeichnen. Gerade im Hinblick auf unseren strategischen Ansatz, über das **OT REGIO** Konzept mehr Originalteile in den Markt zu bringen, muss ich ausdrücklich festhalten: Das Konzept erfüllt, was wir uns davon erhofft haben.«

Welche Herausforderungen bestehen in der Umsetzung des OT REGIO Konzeptes und wie haben Sie diese gemeistert?

Jörn Sander: »Die wesentliche Herausforderung besteht meiner Erfahrung nach darin, den Konzeptpartnern klarzumachen, dass beim **OT REGIO** Konzept das klassische Kostenstellendenken eher hinderlich ist. Der Grund dafür liegt in der Ertragsstruktur des Konzeptes, denn der wesentliche Ertrag bei **OT REGIO** wird zunächst außerhalb von **OT REGIO** verbucht, auf den Ertragskonten des Originalteilegeschäftes im Autohaus, bestehend aus Margenertrag und OEM-Boni. Wie haben wir diese Herausforderung gemeistert? Eigentlich ganz einfach: durch viele ausführliche Gespräche, kombiniert mit exemplarischen Beispielrechnungen.«

Was war ausschlaggebend für die Expansion und die Gründung von OT REGIO Nord-Ost?

Jörn Sander: »Grundsätzlich waren der Erfolg und die Akzeptanz von **OT REGIO** im Markt das, was uns dazu bewogen hat zu expandieren. Da ein wesentlicher Erfolgsbaustein die Leistungsfähigkeit und Präsenz der Konzeptteilnehmer vor Ort ist, werden wir uns für den Expansionsmarkt mit dort ansässigen Autohäusern in einer neuen **OT REGIO**, der **OT REGIO Nord-Ost**, zusammenschließen. Die »guten Namen« unserer Konzeptpartner werden uns im neuen Expansionsgebiet den Markteintritt zukünftig erleichtern, was sich sehr positiv auf unsere Planzahlen ausgewirkt hat; denn diese wurden schneller erreicht als geplant.«

Welchen Erfahrungsschatz nehmen Sie aus der Gründung der ersten OT REGIO Gesellschaft mit und inwieweit hilft Ihnen das bei der neugegründeten Gesellschaft?

Jörn Sander: »Eigentlich der Klassiker: Wenn man beim ersten Mal Fehler gemacht hat, dann wiederholt man diese beim zweiten Mal nicht mehr ... die normale Lernkurve halt. Als besonderen Punkt möchte ich hier die Akquise-Gespräche mit neuen Konzeptpartnern hervorheben, die im zweiten Ansatz mit den Erfahrungen und den Zahlen aus der ersten OT REGIO natürlich einfacher zu führen waren. Es ist einfacher darüber zu sprechen, womit man schon Erfahrung hat, als über etwas, was man erst noch machen will.«

Welche Botschaft möchten Sie in Bezug auf OT REGIO anderen Autohaus-Gruppen mitgeben?

Jörn Sander: »Wer sein Originalteilegeschäft ausbauen möchte, kommt aus meiner Sicht um das OT REGIO Konzept gar nicht mehr herum. Wichtiger und absoluter Erfolgsfaktor ist dabei das Thema Personal. Wer glaubt, ein solches Konzept könnten die bestehenden Mitarbeiter mal so nebenbei mitmachen, dem muss ich ausdrücklich sagen: »Finger weg!« Das OT REGIO Konzept basiert auf dem Einsatz von Personal, der sich allerdings nachhaltig rechnet; diese Erfahrung kann ich gerne weitergeben.«



Christian Martens
Außendienst/Vertrieb bei OT REGIO HH & SH

Welche Herausforderungen sehen Sie im Markt für die freien Werkstätten?

Christian Martens: »Eine der größten Herausforderungen für die freien Werkstätten ist die Organisation der Teilver-

sorgung. Im IAM tummeln sich viele Anbieter auf dem Markt und kämpfen um Anteile. Der Preisvergleich kostet viel Zeit. Im Originalteilebereich haben wir jedoch auf dem Markt eine klare Unterversorgung. Lokal möchten viele Marken-händler nicht helfen. Freie Werkstätten suchen nach Alternativen.«

Wie wurde das OT REGIO Konzept von den freien Werkstätten aufgenommen?

Christian Martens: »Sehr unterschiedlich, aber sehr gut. Jede Werkstatt hat ihre eigenen Befindlichkeiten und Herausforderungen. Bei diesen Herausforderungen, wie Support durch Markenhändler, Lieferung statt Abholung, marktgerechte Preise und vielen anderen Aufgaben, können wir den Werkstätten eine einzigartige Lösung bieten. In unserer Region gibt es natürlich auch unterschiedliche Gegebenheiten. In der ländlichen Umgebung steht die Belieferung noch mehr im Mittelpunkt, jedoch auch in der Stadt kostet eine Abholung die Werkstatt Zeit und Geld.«

Welche Vorteile haben Sie mit dem OT REGIO Konzept gegenüber den OEM-Konzepten?

Christian Martens: »Ein Kernpunkt ist die sehr hohe Marktabdeckung. Mit unseren 39 Marken können wir die Versorgung mit Originalteilen für 95% aller Fahrzeuge sicherstellen. OT REGIO fungiert dabei nicht als Zwischenhändler, sondern als Dachverband von markengebundenen Autohäusern. So erhält die Werkstatt qualifizierten Support aus der Region zu fairen Preisen. Darüber hinaus erhalten die Werkstätten über OT REGIO das Wichtigste für das tägliche Werkstattleben wie z. B. Chemieprodukte, Werkzeug, Reifen und vieles mehr. Alles aus einer Hand und über eine gemeinsame Plattform.«

Welche Vorteile haben Sie mit dem OT REGIO Konzept gegenüber den IAM-Konzepten?

Christian Martens: »Einer der größten Vorteile ist natürlich, dass wir die Werkstätten mit allen Teilen versorgen können – nicht nur mit Verschleißartikeln. Darüber hinaus können die Werkstätten bei uns nicht nur die Teile kaufen, sondern bekommen von unseren Markenhändlern auch technische Unterstützung, schnelle Hilfe und Termine zur Fehlerdiagnose und/oder zum Einbau.«

Vor welchen Herausforderungen standen Sie in der Zusammenarbeit mit Ihren Markenlieferanten und mit welchen Maßnahmen sind Sie den Herausforderungen gerecht geworden?

Christian Martens: »Selbstverständlich bedarf es einer intensiven Planung für die Bündelung der Ressourcen und Befindlichkeiten. Nicht jedes Autohaus war gleich aufgestellt. Es gab viele Gespräche und Workshops, um alle ins Boot zu holen. Die Logistik musste vernetzt, der Service auf einen gemeinsamen Standard gebracht sowie interne Abläufe umstrukturiert und optimiert werden. Dies ist nicht immer von heute auf morgen getan, jedoch hat sich die Arbeit vollends ausgezahlt. Alle ziehen zusammen an einem Strang, denn das System ist nur so stark wie das schwächste Glied. Die Operative ist mittlerweile zu einer richtigen OT REGIO Familie zusammengewachsen und man arbeitet füreinander.«

Welche Botschaft möchten Sie in Bezug auf OT REGIO anderen Autohaus-Gruppen mitgeben?

Christian Martens: »Menschen, die miteinander arbeiten, addieren ihre Potenziale. Menschen, die füreinander arbeiten, multiplizieren ihre Potenziale. Für alle Autohäuser bzw. Gruppen ist es eine riesige Bereicherung, als Verbund aufzutreten. Die Werkstätten in der Umgebung müssen sich nicht für jede Marke einen Partner suchen. Auch die Belieferung ist für beide Seiten attraktiver und lukrativer als eine getrennte Vermarktung, Lieferung oder Abholung. Regionale Markenhändler, die sich dem Konzept OT REGIO anschließen, profitieren von einem in mehreren Regionen funktionierenden Konzept. Hier spielt nicht nur die Markterweiterung, sondern auch die Marktabsicherung eine sehr große Rolle. Durch die markenübergreifende Belieferung können sich OT REGIO und natürlich die angeschlossenen Markenpartner bestmöglich gegen IAM-Lieferanten und überregionale Teilehändler behaupten.«

Wir danken allen Interview-Partnern für ihre Zeit!

SIE HABEN FRAGEN ZU OT REGIO?

T. 040.526 099 186
E. dialog@ot-regio.de



**PREMIUM
AUTOZUBEHÖR**

Seit 1981

PETEX Autoausstattungs-GmbH
Lauterbachstraße 44 • D-84307 Eggenfelden
Tel.: +49 (0) 87 21 / 96 97 0 • kontakt@petex.net

www.petex.net



OFFIZIELLER LIEFERANTEN-PARTNER
DEUTSCHLANDS GRÖSSTER AUTOHAUS-KOOPERATION

TECHNO^T
DIE AUTOHAUS-KOOPERATION

SAVE THE DATE

OT REGIO INFORMATIONSTAGE

12.02.2020, 18.03.2020, 29.04.2020

Austauschen, weiterentwickeln, kennenlernen, beraten und beraten lassen: Auf dem OT REGIO INFORMATIONSTAGE berichten TECHNO und OT REGIO Konzeptnehmer von ihrem Status quo – und geben so die Möglichkeit, Informationen komprimiert zu erhalten und individuelle Fragen vor Ort zu klären.

SAUBERE ÖLE SPAREN KOSTEN UND ZEIT



DIE INNOVATIVE SHELL PUREPLUS TECHNOLOGY

Heutige Motoren sind kompakter und leistungsfähiger als je zuvor. Die Entwicklung hin zu Antrieben mit Turboladern, verbesserter Kraftstoffeffizienz und niedrigeren Emissionswerten lässt diese immer attraktiver für Hersteller und Kunden rund um den Globus werden – und stellt neue Ansprüche an Motorenöle.

Moderne Hochleistungsmotoren arbeiten unter großem Druck und erreichen extreme Temperaturen. Das macht sie problemanfälliger. Optimalen Motorschutz liefern Shell Motorenöle

mit Shell PurePlus Technology. Diese basiert auf einem innovativen Produktionsverfahren, bei dem Grundöl, der wichtigste Bestandteil von Motorenölen, mithilfe der Synthesetechnologie aus Erdgas hergestellt wird. Damit enthält das Öl praktisch keine der in Erdöl vorkommenden Verunreinigungen. Ergebnis: verbesserte Viskositätseigenschaften, verminderte Reibung, weniger Verdampfung und ein geringerer Ölverbrauch. Aus Grundöl ist ein Premium-Motorenöl geworden, das die Lebensdauer des Motors verlängert sowie seine Sauberkeit und Kraftstoffeffizienz verbessert.

SHELL HELIX ULTRA MOTORENÖL AUF BASIS DER PUREPLUS TECHNOLOGY

Die innovative Reinigungstechnologie, die in den Shell Helix Ultra Motorenölen enthalten ist, verhindert zudem, dass Schmutzpartikel verklumpen. Der Motor wird vor leistungsmindernden Ablagerungen geschützt. Das wirkt sich auch positiv auf den Ölverbrauch aus: Die Verdampfungsneigung ist bis zu 50 Prozent geringer als bei herkömmlichen Grundölen.¹ Nachfüllbedarf sowie Betriebs- und Wartungskosten sinken somit spürbar. Ein weiterer Vorteil der Premium-Motorenöle ist ihre konstante Leistung – selbst bei extremen Temperaturen. Die Fließgeschwindigkeit ist bis zu dreimal höher als normgemäß erforderlich, so dass der Motor schnell warm laufen kann und seine Spitzenleistung früher erreicht.²

Das bestätigen auch führende technische Partner weltweit. BMW Motorsport, Scuderia Ferrari und Hyundai Motorsport vertrauen auf Shell Helix Ultra Motorenöle mit der PurePlus Technology. Die enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Technologiepartnern im Motorsportbereich ermöglicht eine konstante und konsequente Forschung und Verbesserung der Shell Helix Motorenöle. So profitieren auch Autofahrer auf der Straße von Shells Engagement und den Erfahrungen im Motorsport.

¹ Im Vergleich zur API-SN-Spezifikation.

² Im Vergleich zur API-SN-Spezifikation.

» shell.de



SHELL PUREPLUS TECHNOLOGY: SHELL HELIX 0W MOTORENÖLE FÜR BESTÄNDIGE MOTORENLEISTUNG, AUCH BEI ANSPRUCHSVOLLEN FAHRTEN



INNOVATIVER PRODUKTIONSPROZESS, BEI DEM GRUNDÖL, ALS WICHTIGSTER BESTANDTEIL VON MOTORENÖLEN, AUS ERDGAS HERGESTELLT WIRD.

Shell
PUREPLUS
TECHNOLOGY

KRISTALLKLARES, ZU **99,5%** REINES GRUNDÖL MIT PRAKTISCH KEINEN DER IN ERDÖL VORHANDENEN VERUNREINIGUNGEN. DIESER BASIS WIRD EIN INNOVATIVES ADDITIVPAKET BEIGEFÜGT.



Die aktive Reinigungstechnologie hilft bei der Säuberung des Motors



Antioxidantien helfen beim Kampf gegen Oxidationen, die das Öl beschädigen und Motorablagerungen verursachen können



Verschleißschutzmittel helfen den Motor zu schützen

AUSSERGEWÖHNLICHE LEISTUNG DANK DER SHELL PUREPLUS TECHNOLOGY:



Schutz der Maschinenkomponenten bei extremen Temperaturen **-40 °C** bis zu **1000 °C**¹



Bis zu **50%** weniger Verdampfung²



Überragender Schutz vor Schlammablagerungen – Kein anderes Motorenöl hält den Motor näher am werksauberen Zustand³



Niedrige Viskosität und eine geringe Reibung führen zu Kraftstoffeinsparungen von bis zu **3%**⁴



Die Motorenöle, die für die Hochleistungsrennmotoren der Scuderia Ferrari, BMW Motorsport und Hyundai Rally verwendet werden, basieren auf der Shell PurePlus Technology.





DIE APP FÜR ALLE FÄLLE

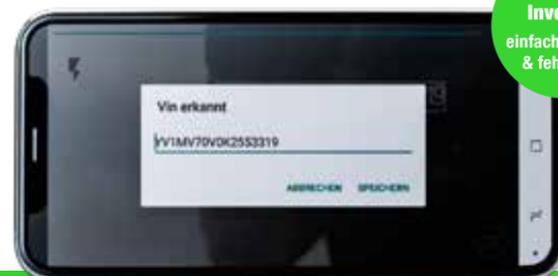
HÜSGES REVOLUTIONIERT MIT DIGITALEN LÖSUNGEN DAS SACHVERSTÄNDIGEN-GUTACHTEN

Ein Schadensfall bedeutet für die Betroffenen nicht nur viel Ärger, sondern meist auch viel zeitlichen, finanziellen und administrativen Aufwand. Neue Apps und Innovationen aus dem Hause Hüsge schaffen Abhilfe, indem sie die Prozesse beschleunigen und für ihre Nutzer optimieren. So auch der neue »Gutachter für die Hosentasche«: Real Time Expert.

Beim Thema Sachverständigen-Gutachten gibt es kaum ein Unternehmen, das in Deutschland so viel Erfahrung aufweisen kann wie die Hüsge Gruppe. Das in dritter Generation geführte Familienunternehmen aus Willich fertigt jährlich über 250.000 Gutachten an und beschäftigt mehr als 200 eigene Sachverständige. Zu seinen typischen Aufträgen zählen Prüfungen in den Bereichen Haftpflichtschaden-, Kaskoschaden- und Minderwertgutachten ebenso wie Zustandsberichte oder Gegenüberstellungen. Seit einigen Jahren hat das Familienunternehmen dieses umfangreiche Wissen in den Bereich der Softwareentwicklung investiert und sich damit als Ideenschmiede für digitalisierte Lösungen und Dienstleistungen einen Namen gemacht.

Über diverse selbstentwickelte Apps werden z. B. jedes Jahr mehr als eine Million Bewertungen erstellt. Unter anderem

setzt der digitale Marktführer im Sachverständigen-Bereich auf seinen selbstentwickelten VIN-Scanner. Per App wird die Fahrgestellnummer mit einem beliebigen Gerät eingescannt. Aus einer Datenbank werden alle notwendigen Informationen wie z. B. Hersteller, Baujahr und Sonderausstattung herausgesucht und direkt in der App dargestellt. Durch den automatischen Datentransfer zwischen der Datenbank und dem genutzten Endgerät sind Übertragungsfehler dabei ausgeschlossen. **Mit dem VIN-Scanner lässt sich zudem z. B. die Inventur deutlich vereinfachen – Eingabefehler gehören der Vergangenheit an.**



Die App **VIN-Scanner** vereinfacht die Eingabe – und Fehler gehören der Vergangenheit an; Standort-Ortung möglich.

Fahrzeug-Inventur
einfach, schnell
& fehlerfrei



IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK

- » Für fast alle Schadensfälle: Aufgrund der Begleitung durch einen zertifizierten Sachverständigen können Haftpflicht- und Kaskoschäden professionell begutachtet und Minderwertgutachten, z. B. für Leasingrückläufer, erstellt werden.*
- » Kein Gutachtertermin nötig
- » Schadensaufnahme nur wenige Sekunden nach Entstehung
- » Umgehende und zeiteffiziente Bearbeitung garantiert
- » Live-Begutachtung direkt am Unfallort
- » Persönlicher Kontakt zum Experten
- » Sofortige Kostenkalkulation
- » Direkter Informationsaustausch
- » Mittels VIN-Scanner vereinfachte und schnelle Fahrzeug-Inventur mit Standort-Ortung

*Der eigene Bedarf wird grundsätzlich in einem persönlichen Gespräch abgestimmt und die Systeme dann darauf eingestellt.

LIVE-BEGUTACHTUNG MIT REAL TIME EXPERT

»Vereinfachen« ist auch das Stichwort einer weiteren revolutionierenden Hüsge App, die in Fachkreisen schon als der »Gutachter für die Hosentasche« bezeichnet wird – schließlich kann mit Real Time Expert eine Schadensbegutachtung ganz ohne einen Sachverständigen vor Ort per Live-Übertragung mit dem Smartphone durchgeführt werden. So funktioniert es: Zunächst nimmt der Kunde zum Real-Time-Expert-Partner Kontakt auf. Dieser versendet eine SMS mit einem Link an den Kunden. Es folgt eine Live-Begutachtung – auf Wunsch mit einem Experten der Hüsge Gruppe. Die Hüsge Gruppe als unabhängiger Sachverständiger gewährleistet dabei immer einen reibungslosen und zertifizierten Ablauf. Über das den Schaden aufnehmende Gerät werden Bilder angefertigt, die zur Dokumentation der Schäden dienen. Jeder einzelne Schaden kann aufgenommen werden. Angeleitet durch den Real-Time-Expert-Partner wird das relevante Bildmaterial vom Kunden erstellt. Vom Experten gibt es direkte und kompetente Hilfe. Sind alle Daten und Bilder aufgenommen, erfolgt die sofortige Kalkulation – inklusive aller Informationen über den Schadensumfang. Anschließend wird das fertige Gutachten dem Real-Time-Expert-Partner und dem Kunden bereitgestellt.

OPTIMIERTE PROZESSE FÜR MEHR KOSTEN- UND ZEITERSPARNIS

»Mit Real Time Expert gehen wir mit der Zeit und noch einen Schritt weiter«, sagt Arndt Hüsge, geschäftsführender Gesellschafter der Hüsge GmbH. »In allen Branchen und Bereichen werden Prozesse optimiert, indem sie effizienter gemacht werden. Real Time Expert schlägt genau in diese Kerbe. So komprimieren wir die Terminvereinbarung mit Gutachtern, die Schadensaufnahme, das Datenweiterleiten an die Kalkulationsabteilung, die Gutachtenerstellung und das Versenden auf einen Bruchteil der bisherigen Arbeitszeit.« Mario Böhm, Geschäftsführer der Senger GmbH & Co. KG, bestätigt die Vorteile des Service-Software-Angebotes: »In unserem Netzwerk mit über 40 Betrieben stehen einheitliche Prozesse sowie Kosten- und Zeitersparnis ganz oben auf der Prioritätenliste. Hüsge als digitaler Marktführer erfüllt genau diese Ansprüche. Real Time Expert ermöglicht es uns, ohne weiteren Kosten- oder Zeitaufwand neue Bereiche zu erschließen, den Umsatz zu steigern bzw. Kosten zu senken.«



Hüsge Gruppe®
Die Gutachter

» huesges-gruppe.de

VON GRÖSSTEM NUTZEN

EINFÜHRUNG EINER NEUEN DIVISION FÜR NUTZFAHRZEUGE BEI KS TOOLS

KS Tools erweitert sein Werkzeugprogramm und fasst mit einem neuen Experten-Team stärker Fuß im Bereich der Nutzfahrzeug-Werkstätten. »Gerade im Bereich Reparatur und Instandhaltung birgt die »schwere Klasse« ihre ganz eigenen Herausforderungen«, weiß Gerald Rolfes. Der langjährige Kenner des Nfz-Bereichs wird in Zukunft gemeinsam mit seinem Team den Ausbau des Werkzeug-Portfolios für Lkw, Bus und Transporter bei KS Tools vorantreiben.

»Unser Ziel ist es, die Werkzeuge von KS Tools in den Nutzfahrzeug-Werkstätten zur gleichen festen Größe zu machen, wie es uns bereits für die Pkw-Werkstätten gelungen ist«, so der Experte über die Neuausrichtung. Dafür bietet KS Tools allen TECHNO Gesellschaftern die gewohnt günstigen Bezugskonditionen beim Einkauf der Werkzeuge und werde mit allen in Kontakt treten, die sich in der Werkstatt mit den »schweren Klassen« Lkw, Bus, Transporter und dem gezogenen Element beschäftigen. Bei Bedarf könnten die Vorteile der auf diesen Bereich abgestimmten Werkzeuge auch jederzeit persönlich in der Werkstatt demonstriert werden.



IHR ANSPRECHPARTNER IM BEREICH NFZ-WERKSTÄTTEN

Gerald Rolfes
T: 0163 4924521
E: g.rolfes@kstools.de



IHR ANSPRECHPARTNER IM BEREICH PKW-WERKSTÄTTEN

Soran Sabir
T: 0163 4924518
E: s.sabir@kstools.de

Das neue Venture fügt sich nahtlos in die Erfolgsgeschichte der Marke ein: KS Tools setzt mit seinem Sortiment seit Jahren sowohl auf universelle Problemlöser als auch auf markenspezifische Produkte – und wurde dafür 2018 zum wiederholten Mal als »BESTE WERKZEUGMARKE« beim Award PROFI WERKSTATT auf der Automechanika ausgezeichnet.

Für die Zukunft denkt Rolfes weiterhin kunden- und serviceorientiert: »Für uns ist es am wichtigsten, dass Nfz-Werkstätten die ihnen anvertrauten Nutzfahrzeuge dank unserer Tools schnell wieder auf die Straße bringen können. Denn nur so verdienen diese für ihre Besitzer Geld – und wir uns unseren guten Ruf bei den Nfz-Profiwerkstätten.«



» kstools.com

JetClean Tronic II: 1 Gerät, 2 Anwendungen

LIQUI MOLY

JetClean Tronic II ermöglicht die zeitgleiche, professionelle Reinigung von Kraftstoff- und Ansaugsystem in nahezu allen Benzin- und Dieselmotoren. Schnell, einfach und ohne Demontage der zu reinigenden Bauteile. In Verbindung mit unseren Pro-Line JetClean Tronic II-Additiven entfernt das Gerät Ablagerungen in der Einspritzpumpe, an Einspritzdüsen sowie im Brennraum und verhindert deren Neubildung. In einem Arbeitsgang werden parallel Ansaugbereich, Drosselklappe und AGR-Ventil effektiv und nachhaltig gereinigt. Dies sorgt für optimale Verbrennung, geringeren Kraftstoffverbrauch und verbesserte Abgaswerte.

Kraftstoffsystem- reinigung



Produkte

Alle Produkte für eine zuverlässige Kraftstoffsystemreinigung.



Zubehör

Anschlussadapter für alle gängigen Fahrzeugtypen.



Schulungen

Fachkundige Schulungen und Einweisungen vor Ort.



Ansaugsystem- reinigung



Produkte

Alle Produkte für eine effiziente Ansaugsystemreinigung.



Zubehör

Universelle Adapter und Schlauchleitungen für den Ansaugbereich.



Werbematerial

Werbemittel für die effektive Vermarktung der Kraftstoff- und Ansaugsystemreinigung.



PROBLEM? LÖSUNG!

AUS WELCHEM HOLZ MACHER GESCHNITZT SIND,
WARUM SIE UNS NACHHALTIG MOTIVIEREN UND
WIESO DAS PROBIEREN DAS STUDIEREN SCHLÄGT

Visionär, Geldverdiener, Handwerker, Entdecker, Kollaborateur – auf den ersten Blick Personen, die nicht viel gemeinsam haben. Das stimmt nicht ganz. Denn sie alle verbindet ein Charakteristikum: der Drang zu machen; die Fähigkeit, auf die Theorie immer, und oftmals zeitnah zur Idee, die Umsetzung folgen zu lassen. Ohne Umschweife. Ohne Pause. Ohne lange Bank.

Macher machen. Aber nicht einfach nur, weil sie den Entschluss dazu gefasst haben. Macher-Typen ticken anders. Der Grund dafür ist unter anderem im Gehirn zu finden. Genauer gesagt in der Größe der Amygdala, des Zentrums für Emotionen. Biopsychologen der Ruhr-Universität Bochum haben nachgewiesen, dass bei Machern die Amygdala, deutlich kleiner ist als bei anderen. Macher sind also deutlich weniger von Emotionen getrieben. Sie sind rationaler und schneller in Entscheidungen – auch wenn diese ein Risiko bedeuten.

Ist der Entschluss zur Realisierung gefallen, suchen sich Macher gezielt Personen, Kreise oder Branchen, mit denen sie »machen« können. Sie steigen in Netzwerke ein oder bilden neue, um ihre Ziele zu realisieren. Dabei treten typische Eigenschaften besonders zu Tage: Geradlinigkeit, Pragmatismus, strategisch-klares Denken, Mut und energisches Auftreten. Macher treiben das Geschehen voran – und ziehen mit. Die klaren Vorstellungen von dem, was ab sofort wie gemacht wird, motivieren nicht nur den Macher selbst, sondern auch seine Mitstreiter. Die Vision des einen überträgt sich auf die anderen.

Abwägen, einordnen, zuordnen, delegieren und bei Bedarf schnell Lösungen finden

Macher wissen, dass sich Ideen, Chancen oder Möglichkeiten leichter als Mitglied in einem Netzwerk verwerten lassen. Kapital, Technik, Vertriebslösungen: Im Netzwerk sind die richtigen Mitmacher schnell gefunden und schnell mobilisiert. So kann eine nachhaltige Dynamik entstehen, die guten Konzepten den Weg ebnet und langfristig Erfolge für alle sichert.

Nachdem sich die erste Ausgabe des TECHNO MAGAZINS 2019 dem Erfolgsprinzip »Netzwerk« und seinen Effekten widmete, liegt der Fokus in dieser Ausgabe auf den Akteuren, den Machern vor und hinter den Kulissen und ihrer entscheidenden Rolle für den Erfolgskurs.

HÄTTE, KÖNNTE, SOLLTE, WÜRDE, MÜSSTE. MACHEN.

WARUM AUSSERHALB BEKANNTER WEGE NACH NEUEN LÖSUNGEN GESUCHT WIRD UND WAS GESUNDER AKTIONISMUS DAMIT ZU TUN HAT



Über zwei Jahrzehnte ist das Internet schon alt. Die Plattform für Transformation und Vernetzung hat weltweit für erstaunliche Entwicklungen gesorgt. Positiv wie negativ. Noch immer fragen wir uns, was wohl als Nächstes kommt und wie es das WWW schafft, übliche Regeln aufzubrechen und außer Kraft zu setzen. Es galt zum Beispiel als erwiesen, dass in Branchen, in denen die Wettbewerbskonzentration stark zunimmt, die Innovationskraft gebremst wird. Das Gegenteil ist der Fall.

»Prosperierend« lautet hier das Stichwort. Unternehmen, die nicht auf den nächsten Wendepunkt warten, sondern ihn initiieren, haben im modernen, digitalen Wettbewerb die Nase vorn. Sie setzen auch bei gut laufenden Geschäften, die dazu einladen, den eingeschlagenen Weg wie gewohnt weiterzufahren, auf Kontinuität in der Neugestaltung des eigenen Geschäftsmodells. Das macht sie nachhaltig erfolgreich, hält sie flexibel. Vermutlich hilft ihnen dabei eine offene und ehrliche Unternehmenskultur – und die Zusammensetzung der Teams. Im Idealfall besteht dieses aus Erfinder, Wegbereiter, Koordinator, Beobachter, Mitspieler, Umsetzer, Perfektionist, Spezialist und Macher. Untermauert wurde dies durch den englischen Forscher und Unternehmensberater Meredith Belbin. Er stellte bei Untersuchungen auf Management-Ebene in den 70er-Jahren fest, dass das perfekte Team neben der Kompetenz der einzelnen Teilnehmer vor allem das richtige Zusammenspiel der Charaktere erreicht und Stärken geschickt vereint, Schwächen gekonnt ausgleicht.

Wer sich in Zeiten starker Umbrüche auf die Stärken seiner Mitstreiter konzentriert und seine Kompetenzen richtig zu bündeln weiß, kann sich Veränderungen entgegenstellen und diese mitbestimmen – ohne Gefahr zu laufen fremde Anbieter im eigenen Geschäftsfeld wiederzufinden. Eine Strategie, die sich gegenwärtig und in Zukunft auszahlen wird, weil sie rechtzeitig Antworten auf die durch die Globalisierung bedingte wachsende Komplexität bringt. Das bestätigt auch die aktuelle 19. Auflage der IBM C-Study. In der Studie gaben die weltweit befragten 12.500 CxOs an, dass die nächsten

Jahrzehnte mehr Analysen, mehr Handeln, mehr Mut und mehr Experimente von den Unternehmen verlangen werden. Die Ergebnisse der Studie schließen nahtlos an die Global CEO Study aus dem Jahr 2009 an, in der Führungskräfte weltweit bereits vor allem die rasche Zunahme von Komplexität als größte Herausforderung sahen und die Korrelation sowie Wechselwirkung von Gefahren und Chancen betonten. Heute zeigt sich, dass diese Einschätzung mehr als richtig war. Mehr noch: dass Kreativität weit wichtiger ist als Managementdisziplin oder Durchsetzungsstärke, um Innovationskraft zu generieren.

INNOVATION BRAUCHT IN EINEM UNTERNEHMEN, DAS SICH BEHAUPTEN WILL, DENSELBE STELLENWERT WIE VERTRIEB, FERTIGUNG ODER QUALITÄTSSICHERUNG

Wie man die beiden wichtigsten Faktoren für Innovationskraft verbindet, beweist Applied Minds aus Kalifornien. Das Unternehmen vermischt die reine Technik und die Freiheit der Kunst, der Kreativität. Damit ist das Team um den Gründer Bran Ferren zu einem Garanten für relevante, richtige und innovative Entwicklungen geworden. Bran Ferren ist klassischer Macher. Er schmiss die Schule, gründete sein eigenes Designbüro, verkaufte es später an Disney, machte dort Karriere und gründete schließlich Applied Minds, um als Mischung aus Design- und Innovationsberater zu arbeiten. »Ob jemand einen Abschluss hat, welches Fach er studiert hat oder von welcher Hochschule er kommt, ist mir egal. [...] Die richtige Mischung macht den Erfolg«, sagt er. Der Erfolg gibt ihm Recht. Seit 15 Jahren arbeitet das Unternehmen ohne Eigenwerbung. Auch, weil man sich vom bekannten Modell des Think Tanks löste und sich in einen Make Tank verwandelte. Lösungen werden hier gemeinsam erdacht, gebaut, verfeinert, perfektioniert und lizenziert.

Applied Minds hat durch die richtige Team-Kombination mit dem Macher Bran Ferren an der Spitze eine unglaublich hohe Schaffenskraft erreicht – und bewiesen, wie wichtig es ist, außerhalb bekannter Pfade zu denken. Besonders in Zeiten, in denen sich Dynamiken nicht mehr durch Erfolge

abwehren lassen, die seit Jahren auf ein und demselben Weg entstehen. Zu groß ist die Gefahr, dass der Weg durch andere dank neugedachter Vernetzung abgekürzt, unterbrochen oder verkleinert wird. Akut stattfindende oder in der Zukunft erwartete Veränderungen sollten nicht nur in der Theorie besprochen werden. Die Zukunft braucht Macher – und den Mut zu machen.

Wie sich eine Branche umgestalten kann, wenn eine Vielzahl von Faktoren sie bedroht, beweist die Vergangenheit der Automobilindustrie zwischen 1972 und 1982. Innerhalb von 10 Jahren verwandelten die führenden Hersteller Logistik, Arbeitsorganisation und Zusammenarbeit. Was war passiert? Auf erste Anzeichen einer Marktsättigung folgte die Ölpreiskrise und die Einführung überlegener Produktionssysteme aus Japan, die hohe Qualität zu günstigen Preisen brachte. Es drohte der Kollaps vieler bekannter Hersteller. Sie mussten handeln und neben großen Umstrukturierungen vor allem große Investitionen tätigen, um Marktbewegungen abfangen zu können.

Heute sieht sich die Branche erneut mit Faktoren konfrontiert, die keinen Stein auf dem anderen lassen werden: Elektrofahrzeuge, Shared Mobility, Connectivity, Big Data, stagnierende Absatzzahlen. Eine aktuelle Bilanzanalyse von Ernst & Young zeigt, dass diese Entwicklungen den Trend zu Kooperationen und Fusionen innerhalb der Branche deutlich verstärken werden. Die Zusammenarbeit mit anderen Industrien und der Wissens-Transfer zwischen den Herstellern wird ihr Bestehen sichern. Wie wichtig gemeinsames Handeln wird, zeigt die zunehmende Digitalisierung im Automobilhandel, die das Verhalten der Käufer und Interessenten bereits gewandelt hat: Rund 80 Prozent der Kundeninteraktionen im Verkauf kommen heute virtuell zustande. Das hat klaren Einfluss auf Lead-Management-, Verkaufs- und Kundenbindungsprozesse. Digitaler Showroom, Fahrzeug-Konfigurator, Chat-Services, SMS-Benachrichtigung bei fertiger Reparatur – welche digitalen Touchpoints sich für Serviceleistungen, Wartung, Verkauf oder Reparatur anbieten, hängt dabei letztlich auch von den individuellen, standort-eigenen Besonderheiten und seiner Beschaffenheit ab.

Dass sich selbst traditionsreichste Branchen exzellent anpassen und Bekanntes neu deuten können, zeigt beispielsweise die Versicherungsbranche. Versicherer ermöglichen jungen Autofahrern durch Pay-as-you-drive-Konzepte ihren Versicherungsbeitrag durch den eigenen Fahrstil dauerhaft zu senken. Wie die Person fährt, wird per App auf dem Smartphone ermittelt.

»JUST DO IT« – EXZELLENTER WERBESPRUCH UND EINSTELLUNG: EINFACH PROBIEREN

Sich ständig neu zu erfinden und die eigenen Services anzupassen, kostet Zeit. Zeit, die im üblichen Tagesgeschäft selten vorhanden oder eingeplant ist. Mit **TECHNO** bietet sich Autohäusern und Autohaus-Gruppen eine schlagkräftige Lösung. Das Netzwerk aus den wichtigsten Machern des deutschen Automobilhandels versteht sich als Versuchsfläche und Ideenpool für das Autohaus der Zukunft. Die richtigen Partner miteinander zu verbinden und ein starkes Team aufzustellen, gehört zu den täglichen Aufgaben der Kooperation. So wird der schnelle, unkomplizierte und direkte Austausch zwischen Autohändlern, Lieferanten-Partnern und Dienstleistern aus ganz Deutschland ermöglicht, Entwicklungen direkter aufgenommen, angenommen und für alle erfolgversprechend verwertet – ohne immense Investitionen für jeden Akteur.

Dass dies kein leeres Versprechen ist, zeigen zahlreiche Konzepte, die innerhalb des Netzwerkes entstanden sind. Unter anderem etwa **CAR SERVICE PORTAL**. Die Plattform für die schnelle Schadensregulierung entstand durch Gesellschafter für Gesellschafter; und weil sich die Macher innerhalb der Kooperation entschlossen zu handeln, als sich die Möglichkeit ergab. Sie bündelten ihr Wissen und bestimmten selbst die Lösung für Prozesse in ihrem Autohaus. Wer auf die eigenen und die Kompetenzen seiner Mitstreiter setzt und sie zusammenführt, kann an genau den Konzepten arbeiten, die Erfolge für das eigene Unternehmen und das der anderen sichern – und für die Zukunft die Tools, Services oder Dienstleistungen schaffen, die mit den Erfahrungswerten der Branche geplant, realisiert und immer wieder verbessert werden.

MACHER DES NETZWERKS

Bei TECHNO engagieren sich zahlreiche Gesellschafter und nehmen, neben der Geschäftsführung, in unterschiedlichen Gremien Einfluss auf die Geschicke des Verbundes. Wir haben einige Vertreter der handelnden Personen aus Aufsichtsrat, Strategie-Ausschuss, Berater-Ausschuss und CHANGE CLUB nach ihrer persönlichen Motivation gefragt und sie um eine Einschätzung in Bezug auf Netzwerkerfolg und Mitwirkung gebeten.

TECHNO AUFSICHTSRAT

- Aktuelle Mitglieder » Hans-Jürgen Persy (Aufsichtsratsvorsitzender), Nicholas J. Dunning, Volker Reichstein, Andreas Senger, Albert C. Still und Michael Ziegler
- Aufgabenbereich » Kontrollgremium und Sparringpartner der Geschäftsführung für die strategische Ausrichtung
- Zusammenkunft » quartalsweise

»Mit vereinten Kräften wird uns der Big Change 21, in dem wir uns bereits alle befinden, wesentlich besser gelingen.«

Herr Persy, als Aufsichtsratsvorsitzender von TECHNO beteiligen Sie sich regelmäßig und nachhaltig am Handeln und Wirken der Autohaus-Kooperation. Wo sehen Sie aufgrund des sich verändernden Marktes die Herausforderung für TECHNO?



Hans-Jürgen Persy: »Eine zentrale Herausforderung ist und bleibt es, das Sortiment, den Dienstleistungsumfang und die fantastischen Möglichkeiten, die TECHNO hat, allen Beteiligten ins Bewusstsein und die besagten Bausteine »in maximale Nutzung« zu bringen. Mit vereinten Kräften wird uns der Big Change 21, in dem wir uns bereits alle befinden, wesentlich besser gelingen. Entstehende Lücken durch wegbrechendes Geschäft können durch neue Möglichkeiten, Potenziale oder Effizienzen gelindert oder kompensiert werden. Darum geht's doch, oder?«

Welche Rolle spielt das persönliche Engagement der Gesellschafter im Rahmen von TECHNO?

Hans-Jürgen Persy: »Naturgemäß ist das Interesse der Gesellschafter an und das persönliche Engagement für TECHNO unsere Lebensader. Wenn unsere Konzepte und Lösungen in der Branche noch intensiver genutzt und

geteilt werden, öffnet das Türen und schafft im Verbund Nutzen und Vorteile, die der Einzelne nicht wird erreichen können. TECHNO hat zudem Talente als Sprachrohr und ist kreative Unternehmer-Plattform, besitzt aber auch ganz konkrete Kompetenzen als Kooperations-, Effizienz- und Digitalisierungspartner.«

Wie kann TECHNO aus Ihrer Sicht erreichen, dass die Gesellschafter noch stärker die Leistungen der eigenen Gesellschaft nutzen?

Hans-Jürgen Persy: »Man nutzt nur, was man im Detail kennt und schätzt. Wir müssen es schaffen, dass jeder Gesellschafter das aktuelle TECHNO Leistungsportfolio im Wettbewerbsvergleich auf dem Schirm hat, dann erreichen wir noch mehr Drive und Ausschöpfung der Angebote.«

Wie schaffen Sie es, Mitstreiter von einer Idee zu überzeugen?

Hans-Jürgen Persy: »Predigen (lacht). Das A und O ist es, es immer wieder zu sagen; dem Team Vertrieb und Marketing der TECHNO haben wir das ins Stammbuch geschrieben. Dennoch kommt es vor, dass mancher schwer von seinem Glück zu überzeugen ist. Es braucht stichhaltige Argumente, klare Fakten und Referenzver-

gleiche. Und es braucht Vertrauen und Empathie auf der anderen Seite.«

TECHNO wurde von Gesellschaftern als Gesellschaft für Gesellschafter entwickelt. Die Kooperation wird dennoch vielfach als Lieferant wahrgenommen. Wie gelingt es TECHNO, das Bewusstsein der eigenen Gesellschaft weiter zu schärfen?

Hans-Jürgen Persy: »Es macht Sinn, bei allen geeigneten Gelegenheiten und auch Events größeren Zuschnitts die wesentlichen Vorteile und laufenden Novitäten der TECHNO Partnerschaft klar und gebetsmühlenartig zu benennen, sie mit belastbaren Zahlen, Daten und Fakten überzeugend auf den Tisch zu bringen. Berzigt man das, dann klappt das auch. Da spreche ich aus Erfahrung.«

- Aktuelle Mitglieder » Michael Ziegler, Johann Friedrich Knubel, Michael Rapp, Traugott-Volker Reichstein, Ernst Rohrer
- Aufgabenbereich » Impulseingabe aus den Autohäusern ins Netzwerk, Diskussion neuer Themen und strategische Lösungsansätze aus den Autohäusern
- Zusammenkunft » quartalsweise

TECHNO STRATEGIE-AUSSCHUSS

Herr Ziegler, als Mitglied des Strategie-Ausschusses von TECHNO beteiligen Sie sich regelmäßig am Handeln und Wirken der Autohaus-Kooperation. Was bewegte Sie dazu mitzugestalten?



Michael Ziegler: »Die Veränderungen im automobilen Umfeld waren noch nie so groß, schnelllebig und einschneidend wie zurzeit. In solchen Phasen kommt es darauf an, Einfluss zu nehmen, damit der Handel auch in der Zukunft eine tragende Rolle als Bindeglied zwischen Kunden und Herstellern spielt. Dabei kann TECHNO durch die enge Verbindung zu den großen Autohaus-Gruppen eine entscheidende Rolle spielen. Hier mitzumachen macht mir Spaß.«

Der Strategie-Ausschuss hieß bis vor kurzem noch »Marketing- & Dienstleistungsausschuss«. Warum wurde der neue Name gewählt? Welche Aufgaben haben sich geändert oder wurden hinzugefügt?

Michael Ziegler: »Die Bezeichnung »Marketing- und Dienstleistungsausschuss« entsprach über viele Jahre dem Kern der Aktivitäten. Die Transformation im Automobilsektor erfordert jedoch eine deutliche Erweiterung der perspektivischen Betrachtung. Themen wie Digitalisierung, alternative Antriebe, der Umgang mit Daten, neue Mobilitätskonzepte etc. verändern die Landschaft für Industrie und Handel grundsätzlich und machen strategische Anpassungen erforderlich.«

»Unabhängig vom klassischen Geschäftsfeld von TECHNO rücken mehr und mehr strategische Überlegungen in den Mittelpunkt, die wichtig für »neue Positionen« im Handel sind.«

Dazu kommen die Restrukturierungen bei der Netzpolitik der Hersteller. Unabhängig vom klassischen Geschäftsfeld von TECHNO rücken mehr und mehr strategische Überlegungen in den Mittelpunkt, die wichtig für »neue Positionen« im Handel sind. Ich denke in diesem Zusammenhang an das Gebrauchtwagengeschäft, den Online-Vertrieb und neue Herausforderungen im Aftersales-Geschäft.«

Welche Rolle spielt das persönliche Engagement der Mitglieder im Ausschuss und damit innerhalb der Autohaus-Kooperation?

Michael Ziegler: »Das persönliche Engagement ist getrieben zum einen durch das Interesse der Gesellschafter, zum anderen durch die Zielsetzung des Ausschusses. Alle Mitglieder des Ausschusses haben ausreichend Erfahrung und sind in der Branche eng vernetzt. Das fördert die Meinungsbildung zum Wohle der Autohaus-Kooperation. Es ist wichtig zu kommunizieren, wofür man steht.«

Mit welchen Erwartungen gehen Sie in das letzte Jahresdrittel?

Michael Ziegler: »Rein wirtschaftlich scheint das Jahr 2019 ein gutes Jahr für den Handel zu werden. Ich hoffe, dass es im Tagesgeschäft zu keinen größeren Verzögerungen bei Neuwagenlieferungen kommt. Das Aftersales-Geschäft wird voraussichtlich eine konstante Größe bleiben. Alles in allem ist das hoffentlich nicht die Ruhe vor einem Sturm in 2020.«

»Ohne Engagement der Mitglieder werden wir nichts erreichen.«

Herr Rappi, als Mitglied des Strategie-Ausschusses von TECHNO beteiligen Sie sich regelmäßig am Handeln und Wirken der Autohaus-Kooperation. Was bewegte Sie dazu mitzugestalten?



Michael Rappi: »Gerade in den Zeiten des Umbruchs, der uns in der Branche sicher treffen wird, ist es enorm wichtig, die Ansätze der Veränderung zu erkennen und für die Kooperation zu nutzen. Die Besetzung des Strategie-Ausschusses ermöglicht es mir, Einblicke in ein sehr breites und tiefes Knowhow über markt- und herstellerübergreifende Themen zu erhalten.«

Welche Rolle spielt das persönliche Engagement der Mitglieder im Ausschuss und damit innerhalb der Autohaus-Kooperation?

Michael Rappi: »Ein altes Sprichwort sagt: Ohne Fleiß kein Preis. Also ohne Engagement der Mitglieder werden wir nichts erreichen. Es ist die Offenheit der einzelnen Mitglieder, die uns ein Vorankommen und die Auswahl der Strategien ermöglicht.«

Mit welchen Erwartungen gehen Sie in das letzte Jahresdrittel?

Michael Rappi: »Das letzte Drittel wird maßgeblich von den vorbereitenden Maßnahmen für 2020 bestimmt. Aus meiner heutigen Sicht werden wir ab dem Jahreswechsel teilweise komplett andere Spielregeln bei der Fahrzeugvermarktung kennenlernen.«

TECHNO BERATER- AUSSCHUSS

Aktuelle Mitglieder	» Maik Bronner, Stephan Goll, Kevin Hoffmann, Ingo Jeltling, Albert Kolb, Horst Köppert, Michael Speh, Hendrik Rosier, Oliver Wulff
Aufgabenbereich	» Unterstützung des Produktmanagements bei der Verifizierung und Klassifizierung von Produkten und Dienstleistungen
Zusammenkunft	» quartalsweise

Herr Köppert, Sie sind einer der wichtigen Ansprechpartner in Ihrem Autohaus für Themen rund um die Autohaus-Kooperation. Welche Rolle spielt das TECHNO Netzwerk in Ihrem Autohaus-Alltag?



Horst Köppert: »Die Wahl-Group mit 28 Filialen kauft nur bei Lieferanten, die von TECHNO gelistet sind. Das Netzwerk spielt dabei eine sehr große Rolle. Bestellungen über TIBS ONLINE gehen schnell und das System ist einfach zu bedienen. Daher wird es an allen Standorten der Wahl-Group genutzt. Sammelbestellungen zu platzieren, ist in der Größenordnung nicht immer einfach. Da muss man immer wieder bei den Filialen nachhaken.«

TECHNO bietet Tools, die den Arbeitsalltag erleichtern und Autohaus-spezifisch angepasst werden

»Die Wahl-Group mit 28 Filialen kauft nur bei Lieferanten, die von TECHNO gelistet sind. Das Netzwerk spielt dabei eine sehr große Rolle.«

können. Welche Konzepte haben Sie bereits – zusammen mit Kollegen – in Ihrem Autohaus etabliert?

Horst Köppert: »Außer TIBS ONLINE noch keine.«

TECHNO bietet über Messen wie die T»EXPO oder die T»EXPO SPEZIAL zahlreiche Gelegenheiten für den Austausch mit Kollegen anderer Standorte und Häuser. Wie wichtig ist für Sie dieser Erfahrungsaustausch? Welche Erfahrungen konnten Sie bereits weitergeben? Welche haben Sie für Ihr Autohaus mitgenommen?

Horst Köppert: »Nicht nur der Erfahrungsaustausch ist wichtig, sondern man fährt zu den Messen, um die Messeangebote zu nutzen. Welche Themen ich in dem Erfahrungsaustausch mitgenommen habe, kann ich jetzt auf die Schnelle nicht beantworten.«

Herr Kolb, Sie sind einer der wichtigen Ansprechpartner in Ihrem Autohaus für Themen rund um die Autohaus-Kooperation. Welche Rolle spielt das TECHNO Netzwerk in Ihrem Autohaus-Alltag?



Albert Kolb: »Dies spielt eine sehr entscheidende Rolle, da der Blick über den eigenen Tellerrand in andere Häuser auch mit den unterschiedlichen Marken dazu führt, dass man nicht betriebsblind wird und immer aufgeschlossen bleibt für neue Impulse und Anregungen.«

TECHNO bietet Tools, die den Arbeitsalltag erleichtern und spezifisch angepasst werden können. Welche Konzepte haben Sie bereits – zusammen mit Kollegen – in Ihrem Autohaus etabliert?

Albert Kolb: »In der Hauptsache ist hier das System TIBS ONLINE in allen unseren Betrieben (für Informationen, Bestellungen, Suchen etc.) im täglichen Einsatz.«

TECHNO bietet über Messen wie die T»EXPO oder die T»EXPO SPEZIAL zahlreiche Gelegenheiten für den Austausch mit Kollegen anderer Standorte und Häuser. Wie wichtig ist für Sie dieser Erfahrungsaustausch? Welche Erfahrungen konnten Sie bereits weitergeben? Welche haben Sie für Ihr Autohaus mitgenommen?

Albert Kolb: »Ich habe dabei bereits mehrmals Artikel/Leistungen, die ich vorher eventuell nicht so eingeschätzt hätte, gefunden, die wir anschließend äußerst erfolgreich vermarkten konnten. Bei diesen Messen haben auch unsere Mitarbeiter einmal die Gelegenheit, sich hautnah und aktuell mit bestimmten Themen zu befassen und mit Lieferanten oder Kollegen auszutauschen. Wir stellen auch fest, dass es über die Marken hinweg viele gleiche Herausforderungen gibt und alle von den Erfahrungen profitieren können.«

Aktuelle Mitglieder	» Dirk Busse, Thomas Harth, Michael Homburger, Maik Lackermann, Jan-Philipp Petersen, Michael Rappi, Hendrik Rosier, Marc Reichstein, Anne Vorwerk, Jeannine Krenn
Aufgabenbereich	» Erfahrungsaustausch Innovationsthemen
Zusammenkunft	» quartalsweise

TECHNO CHANGE CLUB



Frau Krenn, als Mitglied des CHANGE CLUBS beteiligen Sie sich an der Diskussion von Zukunftsthemen wie Business 4.0, künstliche Intelligenz und medienbasiertes Markenerlebnis. Was bewegte Sie dazu, sich dem Club anzuschließen?

Jeannine Krenn: »Der CHANGE CLUB bietet eine hervorragende Möglichkeit, sich mit Händlerkollegen über Zukunftsthemen auszutauschen, und erlaubt – gerade durch unsere unterschiedlichen Markenausrichtungen und Generationen – Trends zu beleuchten, zu diskutieren und erste Erfahrungen in den Bereichen auszutauschen.«

In den Workshops werden ein- bis zweimal jährlich neue Themen durch ausgesuchte Referenten präsentiert. Welche Punkte haben Sie beim letzten Termin in Frankfurt sensibilisiert?

Jeannine Krenn: »In Frankfurt drehte sich der CHANGE CLUB um das Thema »Rolle des Autohandels in der Zu-

kunft; es ermöglichte den Teilnehmern die ausführliche Diskussion von vielerorts genutzten Schlagworten wie etwa »Mobilitätsform«, »Flexibilität« oder »Autoaffinität«. Ferner zeigte es, dass ein Umsetzen der Zukunftsthemen Mut, Ausdauer und ein starkes Team benötigt.«

Der CHANGE CLUB ermöglicht den übergreifenden Austausch von Autohaus-Experten aus dem gesamten TECHNO Netzwerk. Welche Mehrwerte sehen Sie für Ihr Geschäft darin?

Jeannine Krenn: »Wie bereits angesprochen, ist einer der größten Mehrwerte der direkte Austausch über Erfahrungswerte, Schwierigkeiten, aber auch Potenziale im jeweiligen Themenkomplex.«

Welches Thema oder welche Themen sollte sich der CHANGE CLUB als Nächstes auf die Agenda setzen?

Jeannine Krenn: »Mobilität der Zukunft, E-Mobility und alternative Kraftstoffe.«

»Die Anforderungen der unterschiedlichen Gruppen von Kunden werden uns zukünftig vor größere, aber machbare Herausforderungen stellen.«

Herr Busse, als Mitglied des CHANGE CLUBS beteiligen Sie sich an der Diskussion von Zukunftsthemen wie Business 4.0, künstliche Intelligenz und medienbasiertes Markenerlebnis. Was bewegte Sie dazu, sich dem Club anzuschließen?



Dirk Busse: »Mein Beweggrund ist in erster Linie, sich auf die durch den Technologiewandel und die Digitalisierung entstehenden Entwicklungen in unserer Branche vorzubereiten und so gut für diese spannende Zukunft gerüstet zu sein. Dies in einer Gruppe Gleichgesinnter mit tollen Referenten zu tun, ist ein weiterer Anreiz.«

In den Workshops werden ein- bis zweimal jährlich neue Themen durch ausgesuchte Referenten präsentiert. Welche Punkte haben Sie beim letzten Termin in Frankfurt sensibilisiert?

Dirk Busse: »Die detaillierten Erkenntnisse der PULS-Marktforschung haben mich an einigen Stellen bestätigt, an anderen Stellen aber auch überrascht. Die Anforderungen der unterschiedlichen Gruppen von Kunden werden uns zukünftig vor größere, aber machbare Herausforderungen stellen.«

Der CHANGE CLUB ermöglicht den übergreifenden Austausch von Autohaus-Experten aus dem gesamten TECHNO Netzwerk. Welche Mehrwerte sehen Sie für Ihr Geschäft darin?

Dirk Busse: »Der Austausch im TECHNO Netzwerk, insbesondere auch der markenübergreifende, ist für mich immer ausgesprochen spannend bei allen Themen, die uns auch im Tagesgeschäft und im Kontakt mit den Herstellern und Lieferanten beschäftigen.«

Welches Thema oder welche Themen sollte sich der CHANGE CLUB als Nächstes auf die Agenda setzen?

Dirk Busse: »Entwicklung von neuen Mobilitätskonzepten und -möglichkeiten, die sich vielleicht auch in gemeinsamer Kraft der TECHNO Partner umsetzen lassen. Auch die Möglichkeiten der direkten digitalen Vernetzung unserer Kunden mit unseren Betrieben werden immer neue Konzepte und Entwicklungen erfordern um mit den Anforderungen der jüngeren Kundengenerationen mithalten zu können.«

Wir danken allen Interview-Partnern für ihre Zeit!



Geschäftsführer TECHNO
Georg Wallus
und Dietmar Scheck

WEITER. MACHEN!

Herr Wallus, Herr Scheck, wir sprechen heute über Netzwerke, Macher und Ideen hinter den Netzwerken. Warum ist die Verbindung von Interessen auch heute noch zentrales Element für den nachhaltigen Erfolg?

Georg Wallus: »Weil man die Risiken und den Aufwand aufteilen kann. Man sucht sich die relevanten und erfahrenen Partner für die unterschiedlichen Aufgaben und addiert seine Interessen und Expertisen. So kann sich in der Erarbeitungsphase jeder auf das konzentrieren, was er am besten kann. Es profitieren am Ende alle gleichermaßen, nur schneller.«

Herr Scheck, welche Rolle spielt das persönliche Engagement der Gesellschafter?

Dietmar Scheck: »Eine große! Gesellschafter, die sich im Aufsichtsrat, dem neu ins Leben gerufenen IT-Ausschuss, dem Berater-Ausschuss oder auch im TECHNO CHANGE CLUB beteiligen, prägen die Autohaus-Kooperation nachhaltig. Ohne ihre Insights und ihre Impulse aus dem Autohausalltag könnte TECHNO nicht das bieten, was es bietet.«

Aktuell schicken sich gleich mehrere Faktoren (Mobilität, Digitalisierung, Globalisierung, Klimawandel) dazu an, bekannte Prozesse und Abläufe aufzubrechen und umzuwandeln. Das stellt die Mehrzahl der Unternehmen vor neue Herausforderungen. Wie kann TECHNO neben den bekannten Tools und Plattformen zusätzliche Hilfestellung für die Autohäuser im Netzwerk bieten?

Dietmar Scheck: »Wir werden den Austausch untereinander weiter vorantreiben und erleichtern. Wer eine Lösung sucht, soll sie schneller finden. Bei TECHNO direkt oder bei einem anderen Gesellschafter. Da spielt uns die Größe unserer Kooperation in die Karten.«

Georg Wallus: »Indem wir dabei unterstützen, die Prozesse, die es gibt, noch effektiver zu gestalten oder an den richtigen Stellen zu verknüpfen. Das Management im Autohaus ist anspruchsvoller denn je. Darum braucht es auch pragmatische Lösungen, schnelle Lösungen. Für 80% der Abläufe im Autohaus hat TECHNO diese bereits. Sie stehen parat und können eingesetzt werden – ohne dass die Gesellschafter selbst das Rad neu erfinden müssen. TECHNO hat hier Angebote – über seine Lieferanten-Partner – in verschiedensten Dimensionen, die einfach abgerufen werden können.«

Welche zentralen Themen nehmen Sie mit in das letzte Jahresdrittel? Und was wird 2020 die Agenda von TECHNO bestimmen?

Georg Wallus: »Ausbauen, was gut ist, und weiterhin das bestehende Autohausgeschäft bestmöglich abbilden; immer mit Blick auf das, was kommen wird. Wenn jemand die Bewegungen im Markt bestens beurteilen kann, sind das unsere Gesellschafter. Gemeinsam können wir die richtigen Hebel bedienen, rechtzeitig wichtige Prozesse aufbauen und bestehende optimieren. Dafür brauchen wir ein gemeinsames Verständnis für das, was TECHNO zu leisten im Stande ist. Das ist weit mehr, als viele vermuten.

Darüber hinaus finden in unsere Planungen verstärkt Überlegungen Einzug, die uns durch gezielte Beteiligungen zusätzliche Optionen eröffnen. Eine Ausrichtung, die uns in die Lage versetzt, Marktentwicklungen aktiv für unsere Gesellschafter mitzugestalten. Mit ähnlichen Modellen, wie den engen Allianzen im digitalen Bereich. Unser Ziel ist es, interessante Partner so noch besser in die Kooperation zu integrieren und unseren Gesellschaftern Optionen an die Hand zu geben, die sie bei den neuen Herausforderungen begleiten. Wir schaffen uns und unseren Gesellschaftern damit die Bereitschaft zum Handeln.«

Herr Wallus, Herr Scheck, vielen Dank für Ihre Zeit!

» Wir müssen es schaffen, dass jeder Gesellschafter das aktuelle TECHNO Leistungsportfolio im Wettbewerbsvergleich auf dem Schirm hat, dann erreichen wir noch mehr Drive und Ausschöpfung der Angebote. «

Hans-Jürgen Persy

Vorsitzender des Vorstands LÖHR & BECKER und Aufsichtsratsvorsitzender TECHNO

IMPULS



DR. KONRAD WESSNER BLICKT VORAUS,
HINTERFRAGT UND KOMMENTIERT

ZUSAMMENARBEIT MIT PLATTFORMEN: FLUCH ODER SEGEN FÜR DEN AUTOMOBILHANDEL?

»Eure Marge ist meine Chance« – eine solche Kampfansage an den Handel kann sich Amazon-CEO Jeff Bezos nur leisten, weil er sich der Wettbewerbsvorteile seines Geschäftsmodells sicher ist. Der Hauptgrund für dieses Selbstbewusstsein liegt darin, dass Amazon frühzeitig erkannt hat, dass die Klick- und Kaufdaten der Kunden das Öl der Zukunft und Schmierstoff für profitables Wachstum sind. Der Rest ist Geschichte. Amazon erobert ebenso wie viele weitere Plattformen die Märkte und verdrängt Mitbewerber, weil Plattformen mit datengetriebenem Marketing die Bedürfnisse und das Kaufverhalten ihrer Kunden besser verstehen, antizipieren und befriedigen können. Die dabei im Mittelpunkt stehenden automatisierten »next best offers« setzen die strukturierte Sammlung aktueller, hochwertiger und personalisierter Kundendaten voraus.

Wenn (Händler-)Marken von daher nur dann eine Zukunft haben, wenn sie über eigene Kundenschnittstellen bzw. Plattformen verfügen, müssen Automobilhändler kritisch abwägen, wie eine Zusammenarbeit mit externen Plattformen wie AutoScout24, mobile.de, MeinAuto, VEHICULUM, Cluno, Auto1.com, Sixt oder Carwow aussehen soll.

Dabei sollte zwischen einer kurz- und mittelfristigen Betrachtung unterschieden werden. Kurzfristig bringt die Zusammenarbeit mit Plattformen sicherlich schnelle und weitgehend risikofreie Leads bzw. Inzahlungnahmen ohne Aufbau von Fixkosten. Zusätzlich kann der klassische Automobilhandel von der Performance digitaler Prozesse, die Plattformen häufig bieten, lernen und profitieren. Wenn dann noch die Reichweite bzw. der »network value« stimmt, können Automobilhändler sicherlich von der Zusammenarbeit mit Plattformen profitieren.

Langfristig sieht die Sache anders aus, weil es um den Aufbau bzw. die Verteidigung der (digitalen) Schnittstelle zu den Interessenten und Kunden geht. So sammeln und nutzen Carwow, Sixt und Co. wichtige Daten, wie z. B.: Wer kauft bzw. nutzt welche Autos mit welchen Ausstattungen und Farben? Wer

kommt für E-Autos in Frage? Wer reagiert auf Fahrzeug- und Aftersales-Angebote? Wenn der Aufbau einer strukturierten Datenbank mit EIGENEN kundenbezogenen Klick- und Kaufhistorien (dem Beispiel Amazon folgend) zu einer überlebensnotwendigen Investition in die Zukunft wird, stellt sich die Frage, ob die Sammlung und Nutzung von Kundendaten bzw. der Aufbau und die Entwicklung einer Kundenschnittstelle außer Haus gegeben werden darf. Diese Suggestivfrage legt nahe, dass Automobilhändler mit Zukunft eine Datenstrategie mit klarer Priorität auf den Aufbau bzw. die Weiterentwicklung einer eigenen Kundenschnittstelle mit eigenen Kundendaten und einem maßgeschneiderten Analysekonzept brauchen. Dabei können externe Plattformen sicherlich hilfreich sein. Da Mitbewerber im Netz nur einen Klick entfernt sind, kommt es dabei ganz besonders auf kompromisslose Nutzerorientierung an. Verwöhnt durch Amazon und Co. wird sich der Nutzer nur den Plattformen zuwenden, die ihm das Leben und die Prozesse bei der Inzahlungnahme des Vorwagens, der Auswahl eines passenden Neu- oder Gebrauchtwagens, dem Abschluss eines Leasing- oder Abo-Vertrags und der Buchung von Aftersales-Leistungen so einfach wie möglich machen.

Die Entwicklung einer Datenstrategie auf der Grundlage eines Daten-Audits ist von daher ein strategisch wichtiger Schritt zur Verteidigung der eigenen Kundenschnittstelle, idealerweise in Systempartnerschaft mit den Herstellern.

DR. KONRAD WESSNER

ist seit 1992 Geschäftsführer bei PULS Marktforschung, berät und begleitet mit seinem Team Unternehmen und Institutionen beim Strategiewandel und vermittelt sein Expertenwissen als gefragter Referent und Autor, insbesondere in der Automobilbranche. Im TECHNO MAGAZIN wird der erfahrene Ökonom regelmäßig aktuelle Branchenthemen beleuchten, bewerten und Anregungen geben.



Autoanschaffung im Wandel

puls Studie
in Kooperation mit Google



Google Keyword-Analyse

So werden Sie gefunden, wenn Interessenten nach Autos und Mobilität suchen.



Repräsentative Studie

So...
...verändern sich die Zugangswege zum Auto.
...gewinnen Sie die Autnutzer von Morgen,
...machen Sie Ihren Händlerbetrieb fit für die Zukunft.



Expertenkommentare

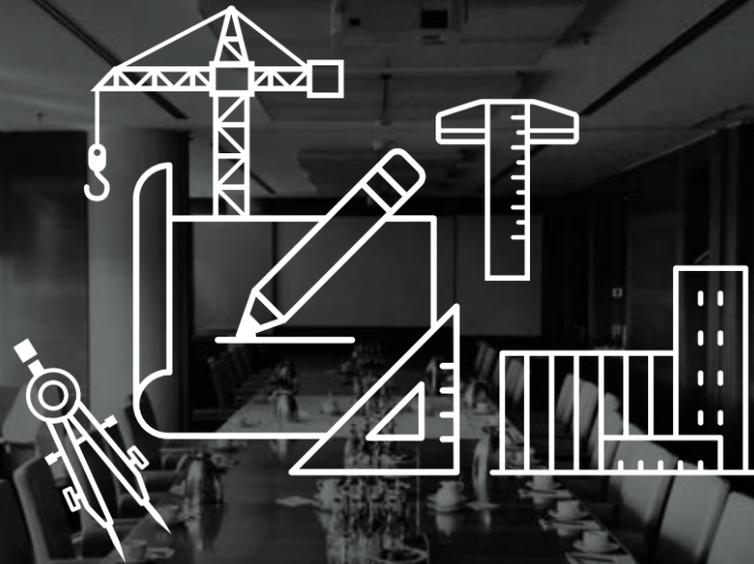
Prof. Hannes Brachat und Dr. Konrad Weßner, Key Learnings und strategische Empfehlungen.



Jetzt bestellen

Studie € 599,- (zzgl. MwSt.)
Sondertarif für TECHNO Gesellschafter € 399,- (zzgl. MwSt.)

Bestellung bitte an:
wessner@puls-marktforschung.de
oder 0911/9535-400



TECHNO THEMENTAG

BAUEN AUF »DIE ZUKUNFT IM STATIONÄREN HANDEL«

TECHNO THEMENTAG | 2. JULI 2019 | FRANKFURT AM MAIN

In diesem Jahr wurde auf dem **TECHNO THEMENTAG** wieder ausgiebig informiert, diskutiert und vernetzt. Dabei standen im wortwörtlichen Sinne Lösungen und Ideen für die »Baustelle Zukunft, das Autohaus 2.0« im Fokus der Vorträge.

21 Teilnehmer von 17 Gesellschaftern aus ganz Deutschland folgten der Einladung nach Frankfurt, um beim **TECHNO THEMENTAG** sieben spannende Vorträge rund ums Bauen im Automobilhandel zu verfolgen und dabei neue Impulse für die »Zukunft des stationären Handels« zu sammeln. Dabei ging es um Herausforderungen, die sich in Chancen verwandeln lassen. Kosten, die mit einfachen Mitteln gesenkt werden können. Und Ideen, die in Zukunft zu einem guten Geschäft dazugehören.

Nach einer Begrüßung durch Arnd-Dierk Müller von **TECHNO** wurde die Runde der Vortragenden von Jürgen Papadopoulos, Geschäftsführer der Papadopoulos Associates, angeführt, der aus seinem spannenden Alltag der Bauberatung berichtete und den Zuhörern ein klares Bild zeichnete, wie das »Autohaus der Zukunft« nachhaltig geplant werden

könne. Anschließend stellte Ralf Niemeyer von HENI seinen neuen Kooperationspartner, die MWK Bionik vor, mit deren Know-how es möglich ist, verunreinigte bzw. kontaminierte Böden ohne den klassischen Bodenaustausch zu sanieren – und das sogar beim laufenden Geschäftsbetrieb. Dass extremes Einsparungspotential auch bei der Gebäudereinigung oft ungenutzt bleibt, veranschaulichte Jens Mönning von Cleanguide Management dem Publikum durch verschiedene Maßnahmen, denn eigentlich muss mit den richtigen Putzutensilien an der richtigen Stelle gereinigt werden. Oftmals fehlt es aber schon am passenden Gebäudeplan, um die Ausschreibung richtig zu starten. Viel Potential für jedes Autohaus, was einfach und nachhaltig gehoben werden kann. Nach einer Mittagspause, in der ein ausgiebiger Lunch im Airport Club auf dem Programm stand und erste Themen besprochen werden konnten, zeigte Daniel Heidenreich von Mobility House die Mobilitätstrends von morgen und die weitreichenden Chancen des Smart Charging im Autohaus. Romuald Kowalik, Inhaber und Sicherheitsberater von Secontec, wusste zu berichten, wie man auf Baustellen beim Thema Sicherheit nichts dem Vandalismus oder dem Zufall überlässt.

Die Kaffeepause mit angeregten Gesprächen läutete den letzten Teil der Vortragsreihe ein, in dem Monika Braun von Braun EDL nicht nur die Herausforderungen der Energiewende umriss, sondern mit weitreichendem Energiemanagement und Mobilitätskonzepten auch gleich die passenden Lösungsansätze präsentierte. Abschließend referierte Sebastian Erdmann von Ars Ratio darüber, wie sich mit den richtigen Bodensystemen CI- und Markenwechsel im Autohaus in Zukunft noch schneller umsetzen ließen. Wussten Sie, das Fliesen leasingfähig sind?

»Ich freue mich, dass wir für unseren Thementag einen so abwechslungsreichen Mix an interessanten Vorträgen zusammenstellen konnten«, resümierte Torsten Büntemeyer von **TECHNO** den **TECHNO THEMENTAG**. »Ich denke, mit so vielen kompetenten Dienstleistern in einem Boot sind unsere Gesellschafter für die Zukunft des stationären Handels gerüstet.«

Infos zum nächsten **TECHNO THEMENTAG** erhalten Sie von Torsten Büntemeyer: T. 040.526 099-182.



MIKROBIOLOGISCHE BODENSANIERUNG VON AUTOHÄUSERN UMWELTGERECHT • ZUVERLÄSSIG • WIRTSCHAFTLICH



DIESES PROBLEM KENNT WOHL JEDER KFZ-BETRIEB:

Die unvermeidliche Kontamination des Bodens im Autohaus. Bei jedem Neubau, Umbau oder Rückbau erhebt sich die Frage, was mit dem verschmutzten Erdreich geschehen soll? Auf jeden Fall wird es unerfreulich und, vor allem, teuer! Meist folgen Aushub und die Entsorgung als Sonderabfall. Das muss nicht sein!



Die Lösung liegt in der Kombination der Kraft der Natur und deren technischer Nutzbarmachung



Da sich alle mineralischen Kohlenwasserstoffe, z.B. Benzin und Öl, grundsätzlich biologisch abbauen lassen, ist der Weg zur Dekontamination klar! Durch die Zugabe von passenden Mikroorganismen in den kontaminierten Bereich, z.B. am Ölabscheider, werden alle Kohlenwasserstoffverschmutzungen durch Stoffwechselprozesse abgebaut, zurück bleibt Wasser und CO2.

DIE VORTEILE SPRECHEN FÜR SICH SELBST

- Hohe Kosteneinsparung (bis zu 65%)
- Sanierung im laufenden Betrieb
- Sanierung ohne aufwändigen Bodenaushub
- Sanierung zur Rückführung des Mietobjekts
- Boden wird verkaufbarer Wertstoff
- Wertsteigerung der Liegenschaft
- Bilanzoptimierung (Auflösung von Rückstellungen)
- Gutachterliche Bestätigung
- Völlige Unbedenklichkeit für Mensch, Tier und Pflanze

FÜR NETZWERKER, BRANCHEN-KENNER UND UNTERNEHMER

T»EXPO^T 2019 DIE TECHNO BRANCHEN-MESSE IN HAMBURG

Willkommen zum Messe-Highlight des Jahres!

Zum dritten Mal in Folge trifft sich die Branche am 27. November zur T»EXPO 2019 in der Freien und Hansestadt Hamburg. Mit Blick auf die eindrucksvolle Elbphilharmonie, die wachsende HafenCity, die traditionsreichen Handelsbauten – und die Herausforderungen der Zukunft.

MELDEN SIE SICH JETZT FÜR DIE T»EXPO 2019 AN!

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON:



TECHNO^T

DIE AUTOHAUS-KOOPERATION



Von links nach rechts: Burkhard Rupprecht, Thomas Neumann (2. Platz WM SE-Spiel), Wolfgang Uebelin (1. Platz WM SE-Spiel), Hermann Nettekoven (3. Platz WM SE-Spiel), Maïke Schwulera, Jannes Martin

RÄDER, REIFEN UND 40 GRAD

VOLLER ERFOLG: T»EXPO SPEZIAL IN BAD WINDSHEIM

Am 26. Juni 2019 wurden im schönen Bayern mit knapp 40 Grad nicht nur Temperaturrekorde gebrochen, sondern auch heiße Angebote präsentiert. Auf der T»EXPO SPEZIAL zeigten 50 angereichte TECHNO Lieferanten-Partner ihre umfangreiche Produktauswahl.

Im bekannten KKC fand die Messe unter dem Motto »Räder, Reifen, After Sales« statt. Knapp 80 Teilnehmer aus über 35 verschiedenen Gesellschafterhäusern trafen auf diverse Produktvorführungen und Neuvorstellungen. Unter anderem wurde der neue Winterreifen **ESA+TECAR SUPERGRIP PRO** vorgeführt, zeigte KAMEI eine brandneue Dachbox und stellten sich neue TECHNO Lieferanten-Partner vor: Vierol AG (weltweit agierender Spezialist für elektronische Bauteile und Motormanagement), Kleinhempel GmbH (Experte für Druck auf unterschiedlichsten Materialien in großen Formaten) und Interstar Corporate Fashion (Fachvertrieb für individuelle Berufsbekleidung).

Den Abschluss des sehr gelungenen Messetages bildete ein entspannter Abend beim gemütlichen BBQ mit Verkündung der Gewinner des WM SE-Gewinnspiels (siehe Foto). Alles in allem die perfekte Vorbereitung für den nächsten Workshop-Tag. Dieser hielt spannende Themen bereit: das 360°-Dienstleistungsportfolio des FSP TÜV Rheinland, die neuen TECAR-Winterreifen, Standheizungen und deren App-Bediensbarkeit sowie Lkw-Standklimaanlagen von Eberspächer. So verließen die Teilnehmer die T»EXPO SPEZIAL in Bad Windsheim bestens informiert (und gut gelaunt).

Infos zur nächsten T»EXPO SPEZIAL 2020 in Kassel erhalten Sie von Birgit Suhr: T. 040.526 099-152.

TERMINE 2019/2020

» T»EXPO + GIPFEL 2019

27
Nov.
Hamburg

» T»EXPO SPEZIAL 2020

29
Jan.
Kassel

» T»EXPO SPEZIAL 2020

24
Juni
Bad Windsheim

» OFFIZIELLE TERMINE

TECHNO BERATERAUSSCHUSS:
22.–23.10.2019 | Norderstedt

TECHNO STRATEGIE-AUSSCHUSS:
24.10.2019 | Frankfurt am Main
03.03.2020 | Frankfurt am Main
11.08.2020 | Frankfurt am Main
12.11.2020 | Frankfurt am Main

TECHNO AUFSICHTSRATSSITZUNG:
26.11.2019 | Hamburg

TECAR INTERNATIONAL SUPERVISORY BOARD MEETING:
28.11.2019 | Hamburg

TECHNO OT REGIO INFORMATIONSTAGE:
12.02.2020 | Frankfurt am Main
18.03.2020 | Frankfurt am Main
29.04.2020 | Frankfurt am Main

TECHNO THEMENTAG:
10.03.2020 | Frankfurt am Main
26.05.2020 | Frankfurt am Main

TECHNO CHANGE CLUB:
11.–12.11.2020 | München

» IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
TECHNO-EINKAUF Marketing und Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Georg Wallus (v.i.S.d.P.) | Aspeloh 27c | 22848 Norderstedt
040.526 099 0 | marketing@technoeinkauf.de | technoeinkauf.de
Marion Langheld | 040.526 099 150 | langheld@technoeinkauf.de
Sonia Arkuszewski | 040.526 099 154 | arkuszewski@technoeinkauf.de

ANZEIGENDISPOSITION:
Sonia Arkuszewski | 040.526 099 154 | arkuszewski@technoeinkauf.de

KONZEPT & DESIGN: yellowmonkey | ymnky.de

DRUCKEREI: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH

Da haben wir zugegriffen



Kfz-Auktionen
auf höchstem Niveau



Ausgezeichnet als TOP 100 Innovator 2019

So eine Würdigung wünscht sich wohl jedes Unternehmen: Bereits zum zweiten Mal schafft die Auktion & Markt AG mit ihrer Marke Autobid.de den Sprung in die Innovationselite.

In einem unabhängigen Auswahlverfahren konnte man besonders in der Kategorie „Innovative Prozesse und Organisation“ überzeugen. Autobid.de gehört somit erneut zu den herausragenden Marken, die ein vorbildliches Innovationsmanagement und überdurchschnittliche Innovationserfolge aufweisen.

Ein toller Preis – da mussten wir einfach zugreifen!

